

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

*Факультет менеджменту та маркетингу*

**Кафедра менеджменту**

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ д.е.н., проф. Дергачова В.В.

« 03 » червня 2019 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА  
на здобуття ступеня бакалавра**

**з напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент»**

**на тему: «Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності  
підприємства»**

Виконав студент 4 курсу, групи УЗ-51

ЯРЕМЧЕНКО ВЛАДИСЛАВ ОЛЕКСАНДРОВИЧ

Керівник старший викладач кафедри менеджменту  
к.е.н. ЖАЛДАК Г.П.

\_\_\_\_\_

Рецензент доцент кафедри промислового маркетингу  
к.е.н., доц. ПИСАРЕНКО Н.Л.

\_\_\_\_\_

Засвідчую, що у цій дипломній роботі немає  
запозичень з праць інших авторів без відповідних  
посилань.

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ - 2019 року

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу  
Кафедра менеджменту  
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)  
Напрямок підготовки **6.030601 «Менеджмент»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ *д.е.н., проф. Дергачова В.В.*

«24» жовтня 2018 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ  
Яремченко Владиславу Олександровичу**

**1. Тема роботи:** «Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства»

керівник роботи: старший викладач кафедри менеджменту, к.е.н. ЖАЛДАК Г.П.

затверджена наказом по університету № 788-с від 28 лютого 2019 р.

**2. Термін подання студентом роботи:** 3 червня 2019 р.

**3. Вихідні дані до роботи:** наукова та навчально-методична література, чинні законодавчі й нормативні акти України, що регламентують порядок зовнішньоекономічної діяльності, інформація про історію створення та розвиток підприємства ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна», фінансова звітність (форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати» за 2015-2018рр.; форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності»); звіти про виробництво продукції на зовнішні ринки за 2015-2018рр.; статистична звітність, статут.

#### **4. Зміст пояснювальної записки**

##### **а) теоретична частина:**

- визначити роль та значення зовнішньоекономічної діяльності для підприємства;
- виявити механізм регулювання та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

##### **б) дослідницько-аналітична частина:**

- надати організаційно-економічну характеристику підприємства;
- дослідити особливості зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- оцінити ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

##### **в) рекомендаційна частина:**

- розробити пропозиції щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- економічно обґрунтувати доцільність реалізації запропонованих заходів.

#### **5. Перелік графічного матеріалу:**

1. Організаційна структура підприємства.
2. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства за 2015–2018рр.
3. Оцінка експортної діяльності підприємства.
4. Географічна структура експорту тютюнових виробів на підприємстві.
5. Оцінка імпортової діяльності підприємства.
6. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
7. Ефективність експорту тютюнових виробів та вплив на неї факторів.
8. Пропозиції щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
9. Економічний ефект від впровадження запропонованих заходів.

#### **6. Орієнтовний перелік публікацій**

**7. Дата видачі завдання** «24» жовтня 2018р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Збір необхідної інформації щодо теоретичних та практичних засад зовнішньоекономічної діяльності підприємства	25.10.2018 – 23.11.2018	
2.	Аналіз теоретичного та практичного матеріалу, обробка та аналіз інформації щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємства	24.11.2018 – 17.01.2019	
3.	Розгляд теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності підприємства	18.01.2019 – 23.02.2019	
4.	Надання організаційно-економічної характеристики підприємству та його зовнішньоекономічної діяльності	24.02.2019 – 07.03.2019	
5.	Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	08.03.2019 – 28.03.2019	
6.	Розробка пропозицій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	29.03.2019 – 26.04.2019	
7.	Економічне обґрунтування рекомендованих заходів	27.04.2019 – 07.05.2019	
8.	Оформлення дипломної роботи на здобуття ступеня бакалавра	08.05.2019 – 31.05.2019	

Студент \_\_\_\_\_ Яремченко В.О.  
(підпис)

Керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ ЖАЛДАК Г.П.  
(підпис)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» на тему «Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства» містить 111 сторінок, 17 таблиць, 9 рисунків, 22 формули, 10 додатків. Перелік посилань нараховує 34 найменувань.

**Метою дослідження є:** розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

**Об'єктом дослідження є:** зовнішньоекономічна діяльність підприємства ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна».

**Предметом дослідження є:** сукупність теоретичних підходів та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У роботі для досягнення поставленої мети було використано такі **методи дослідження:** системний підхід (для дослідження проблем підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства); фінансово-економічний аналіз (для дослідження стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства); графічний (для наочного представлення результатів дослідження).

Результати дослідження можуть бути використані вітчизняними підприємствами харчової промисловості для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах, зокрема ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна», для розробки стратегії виходу підприємства на нові сегменти зовнішнього ринку.

Можливими напрямками продовження досліджень можуть бути альтернативні шляхи просування товару підприємства на зовнішній ринок, розроблення та обґрунтування іншої стратегії підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

**Ключові слова:** зовнішньоекономічна діяльність, ефективність, зовнішній ринок, експортно-імпортні операції.

## **ABSTRACT**

Diploma work of the educational qualification level "Bachelor" on the topic "Increasing the efficiency of foreign economic activity of the enterprise" contains 111 pages, 17 tables, 9 figures, 22 formulas, 10 applications. The list of references has 34 titles.

The aim of the research is to: develop practical recommendations for improving the efficiency of foreign economic activity of the enterprise.

The object of the research is: foreign economic activity of PJSC "JT International Ukraine" enterprise.

The subject of the study is: a set of theoretical approaches and practical recommendations for improving the efficiency of foreign economic activity of the enterprise.

In this work, the following research methods were used to achieve the goal: the systematic approach (for studying the problems of increasing the efficiency of foreign economic activity of the enterprise); financial and economic analysis (for studying the state of foreign economic activity of the enterprise); graphic (for visual presentation of research results).

The results of the study can be used by domestic enterprises of the food industry to increase the efficiency of foreign economic activity in modern conditions, in particular PJSC "JT International Ukraine", to develop a strategy for the company's exit into new segments of the external market.

Possible ways to continue research can be alternative ways to move the company's product to the foreign market, to develop and justify another strategy to increase the efficiency of foreign economic activity of the enterprise.

Key words: foreign economic activity, efficiency, external market, export-import operations.

# **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>8</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>11</b>
1.1. Роль та значення зовнішньоекономічної діяльності для підприємства .....	11
1.2. Механізм регулювання та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	20
Висновки до розділу 1.....	31
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ДЖЕЙ ТІ ІНТЕРНЕТІНЛ УКРАЇНА».....</b>	<b>32</b>
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства .....	32
2.2. Дослідження особливостей зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	47
2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	60
Висновки до розділу 2 .....	66
<b>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ДЖЕЙ ТІ ІНТЕРНЕТІНЛ УКРАЇНА» .....</b>	<b>68</b>
3.1. Пропозицій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства .....	68
3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів.....	75
Висновки до розділу 3.....	79
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>81</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>84</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>88</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Актуальність даної теми обумовлена тим, що ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, формуванню раціональної структури експорту й імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, забезпеченню економічної безпеки України. Реформа зовнішньоекономічної діяльності, насамперед, промислових підприємств є одним із істотних напрямів перебудови господарського життя країни. Вона характеризується децентралізацією зовнішньоекономічної діяльності і відмовою держави від монополії на зовнішню торгівлю. Підприємства одержали право самостійного виходу на зовнішній ринок. На їх рівні зосереджується увесь спектр питань, пов'язаних із експортно-імпортною діяльністю, включаючи проектування експортних товарів, їх виробництво, збут і сервіс. Закріплюються економічні, матеріальні та правові умови для посилення зацікавленості підприємств в експортній діяльності і підвищення її ефективності.

На даний час більшість підприємств не застосовують комплексного системного підходу до управління ефективністю підприємства, що має на меті дослідження всієї системи факторів, які впливають на кінцевий результат проведення зовнішньоторгових операцій.

Проблеми підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств завжди знаходилися у центрі уваги вчених-економістів. Теоретичною методологічною основою даної роботи є основні положення і висновки, сформульовані в наукових фундаментальних працях вітчизняних і закордонних економістів в області економічного та фінансового аналізу, фінансового менеджменту, маркетингу. Питання функціонування зовнішньоекономічної діяльності підприємства широко висвітлені насамперед у зарубіжній науковій літературі. В Україні зазначеними проблемами займаються такі фахівці, як Білий В., Губенко В., Завьялов П. Кредисов А., Лозенко А. П., Павленко Ф., Щербак В., Яковлев А., Якубовський М. та ін.



Теоретичною базою дослідження є сучасні теорії ринкової економіки, монографії та публікації з питань підприємництва, менеджменту. У роботі використано законодавчі та нормативні акти України.

Інформаційну базу дослідження склали: економічна література і періодичні видання, аналітичні дані діяльності підприємства, матеріали державної статистики України, програми розвитку підприємства, а також результати досліджень, виконаних автором. У роботі використані статистичні методи, порівняльний та економічний аналіз.

**Метою** дипломної роботи є розроблення практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких **завдань**:

- дослідити роль та значення зовнішньоекономічної діяльності для підприємства та сучасної економіки;
- окреслити механізми та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- розглянути загальну характеристику діяльності ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»;
- проаналізувати фінансову діяльність ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»;
- дати оцінку ефективності та проблемних аспектів зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»;
- внести пропозиції щодо підвищення ефективності розвитку зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна».

**Об'єктом** дослідження даної роботи є зовнішньоекономічна діяльність ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна».

**Предмет** дослідження - зовнішньоекономічна діяльність підприємства у контексті підвищення її ефективності.

**База дослідження** – ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна».

**Методи** дослідження. При аналізі господарської (у т.ч. зовнішньоекономічної діяльності) було застосовано статистичні методи

дослідження числових даних, вертикальний (структура показників) та горизонтальний (динаміка показників) аналіз. При аналізі ефективності використано економіко-статистичні методи.

**Практичне значення отриманих результатів.** Проаналізовано ефективність діяльності ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна». Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію на підприємстві в частині пропозиції щодо підвищення ефективності його зовнішньоекономічної діяльності.

Запропоновано найбільш перспективні шляхи діяльності, внесено пропозиції щодо покращення зовнішньої політики на експортних ринках та вибрано найбільш пріоритетні напрямки підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Ці заходи сприятимуть закріпленню підприємства на засвоєних ринках, виходу на нові ринки, дозволять зайняти кращі позиції на усіх експортних ринках, збільшити попит на продукцію та покращити його фінансовий стан.

## **РОЗДІЛ 1**

### **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

#### **1.1. Роль та значення зовнішньоекономічної діяльності для підприємства**

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це один з найважливіших чинників розвитку національної економіки. Жодна країна в світі не зможе самостійно розвивати власні виробничі процеси, забезпечити економічне зростання без ефективного використання переваг міжнародного розподілу праці та сукупного міжнародного науково-технічного потенціалу.

В сучасних умовах ЗЕД впливає на рішення соціально-економічних проблем практично у всіх країнах світу. Цей вплив виконується як на рівні держави, так і на рівні регіонів країни і окремих підприємств. Інтегрування економіки України у світове господарство, її участь у різних видах міжнародного підприємництва підвищує роль та значення ЗЕД підприємства. ЗЕД підприємства, яка здійснюється шляхом проведення комерційних операцій, є важливим елементом механізму управління зовнішньоекономічними відносинами, які виявляються у формах обміну матеріальними товарами, послугами, продуктами інтелектуальної праці, результатами виробничо-технічного співробітництва між країнами.

Згідно з Законом України зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) - діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [6].

Зовнішньоекономічна діяльність спрямована на вивчення міжнародних аспектів діяльності підприємства, механізмів її регулювання, способів виходу підприємства на міжнародні ринки, алгоритми ведення зовнішньоекономічних

операцій та розрахунків за цими операціями. Наукове розуміння управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є базовим компонентом формування професійних управлінсько-економічних знань [5].

У сучасних умовах однією з ефективних форм функціонування підприємства є здійснення раціональної та ефективної ЗЕД. ЗЕД сприяє розвитку перспективних напрямів експортного потенціалу, саме за її рахунок країна вирішує проблему нестачі енергоносіїв, новітніх машин та устаткування, технологій, деяких товарів народного споживання [8].

Незважаючи на різноманітність видів ЗЕД, провідну роль серед них відіграє міжнародна торгівля, за допомогою якої підприємства можуть розвивати спеціалізацію, підвищувати продуктивність своїх ресурсів, збільшувати загальний обсяг виробництва, а також забезпечувати задоволення потреби в тих продуктах, виробництво яких в середині країни вкрай неефективно або неможливо взагалі. Експортна спрямованість підприємства є одним із найважливіших шляхів розвитку підприємництва.

Одним із основних суб'єктів ЗЕД є підприємство. Світова практика показує, що близько 85 % зовнішньоекономічних операцій здійснюють підприємства, фірми, організації, а 15 % – міністерства, відомства, союзи підприємців.

ЗЕД підприємства – це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок.

Основні мотиви розвитку ЗЕД: розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою збільшення прибутку; закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання; залучення інжинірингових та інших послуг для потреб виробництва з урахуванням їх унікальності, вищої якості і нижчих цін порівняно з внутрішнім ринком; залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках; участь у міжнародному поділі праці, спеціалізації і кооперуванні виробництва з метою успішного розвитку економіки [9].

Одним із найбільш важливих напрямів підвищення ефективності виробництва та економіки країни є розвиток зовнішньоекономічної діяльності, її підприємницьких структур. Однак визначення ефективних напрямів управління підприємств у сфері зовнішньоекономічної діяльності неможливе без ретельного аналізу її стану. Міжнародна торгівля сприяє розвитку спеціалізації країн, підвищує ефективність використання ресурсів, а це призводить до збільшення обсягів виробництва. Тому доцільно розглянути внесок експорту продукції України у валовий випуск (таб.1.1).

**Таблиця 1.1. Зовнішньоторговельний баланс України 2005-2018рр.**

Рік	Номинальний ВВП за рік, млн.грн.	Експорт товарів та послуг		Імпорт товарів та послуг		Сальдо	
		млн.грн.	%ВВП	млн.грн.	%ВВП	млн.грн.	%ВВП
2005	441 452	227 252	51,5	223 555	50,6	3 697	0,8
2006	544 153	253 707	46,6	269 200	49,5	-15 493	-2,8
2007	720 731	323 205	44,8	364 373	50,6	-41 168	-5,7
2008	948 056	444 859	46,9	520 588	54,9	-75 729	-8,0
2009	913 345	423 564	46,4	438 860	48,0	-15 296	-1,7
2010	1 082 569	549 365	50,7	580 944	53,7	-31 579	-2,9
2011	1 316 600	707 953	53,8	779 028	59,2	-71 075	-5,4
2012	1 408 889	717 347	50,9	835 394	59,3	-118 047	-8,4
2013	1 454 931	681 899	46,9	805 662	55,4	-123 763	-8,5
2014	1 566 728	770 121	49,2	834 133	53,2	-64 012	-4,1
2015	1 979 458	1 044 541	52,8	1 084 016	54,8	-39 475	-2,0
2016	2 383 182	1 174 625	49,3	1 323 127	55,5	-148 502	-6,2
2017	2 982 920	1 430 230	47,9	1 618 749	54,3	-188 519	-6,3
2018	3 558 706	1 608 890	45,2	1 914 893	53,8	-306 003	-8,6

Джерело: [14].

Вочевидь, разом із зростанням обсягів експортно-імпортних операцій, імпорт в Україну в останні роки хронічно випереджає експорт (якщо у 2006р. на 6%, то у 2018р. на 19%), а їх різниця сягає часом 8% ВВП.

Оскільки вітчизняний експорт щорічно становить майже 50% від рівня ВВП, то це говорить про те, що економіка країни є експортоорієнтованою. Експорт після кризових 2013-2014рр. та знесцінення національної валюти демонстрував спад протягом трьох років майже на 50%. Тільки з 2017р. почалося зростання обсягів експорту і за два роки воно склало 29,2 %. Однак дані табл. 1.2 дають



Рис. 1.1. Динаміка експорту та імпорту України 2005 – 2018рр.

[Складено автором на основі табл.1.1]

підставу узагальнити, що в Україні незадовільна структура експорту протягом 2010 – 2018рр. з чітким домінуванням сировинних матеріалів та напівфабрикатів, а саме продовольчих товарів та сировини для їх виробництва (42,9 % експорту 2018р.), чорних й кольорових металів та виробів з них (26,3 % експорту 2018р.).

Таблиця 1.2 Динаміка товарної структури експорту України 2010-2018рр.

Найменування груп товарів / Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>УСЬОГО, млн дол. США</b>	<b>47 299</b>	<b>62 383</b>	<b>64 427</b>	<b>59 106</b>	<b>50 552</b>	<b>35 420</b>	<b>33 560</b>	<b>39 701</b>	<b>43 345</b>
Продовольчі товари та сировина для їх вироб. %	9 936 21,0	12 804 20,5	17 906 27,8	17 040 28,8	16 670 33,0	14 478 40,9	15 250 45,4	17 739 44,7	18 595 42,9
Мінеральні продукти %	5 076 10,7	6 951 11,1	6 304 9,8	6 306 10,7	5 291 10,5	2 672 7,5	2 391 7,1	3 517 8,9	3 884 9,0
Продукція хімічної промисловості %	4 000 8,5	6 041 9,7	6 028 9,4	5 070 8,6	3 730 7,4	2 436 6,9	1 832 5,5	2 052 5,2	2 381 5,5
Деревина та вир. з неї %	1 467 3,1	1 855 3,0	1 852 2,9	2 004 3,4	1 954 3,9	1 540 4,3	1 510 4,5	1 647 4,1	1 966 4,5
Промислові вироби %	616 1,3	795 1,3	830 1,3	846 1,4	704 1,4	503 1,4	463 1,4	575 1,4	649 1,5
Чорні й кольорові метали та вироби з них %	17 044 36,0	21 836 35,0	18 490 28,7	16 793 28,4	14 953 29,6	9 164 25,9	8 099 24,1	9 890 24,9	11 403 26,3
Машини, устаткув., трансп. засоби %	8 530 18,0	10 722 17,2	11 181 17,4	8 537 14,4	5 432 10,7	3 339 9,4	2 748 8,2	2 862 7,2	3 003 6,9
Різне %	630 1,3	1 379 2,2	1 836 2,8	2 510 4,2	1 818 3,6	1 288 3,6	1 267 3,8	1 419 3,6	1 464 3,4

Джерело: [15]

При цьому треба зазначити, що доля експорту чорних й кольорових металів зменшилась у 2018р. у порівнянні з 2010р. на 9,7 %, а доля експорту продовольчих товарів навпаки зросла майже у 2 рази (з 21,0 % до 42,9 %). Основу аграрного експорту становить продукція рослинного походження – пшениця, кукурудза, ячмінь та соєві боби. Частка цієї продукції в структурі експорту АПК у 2018р. становить порядку 55% (рис.1.2).

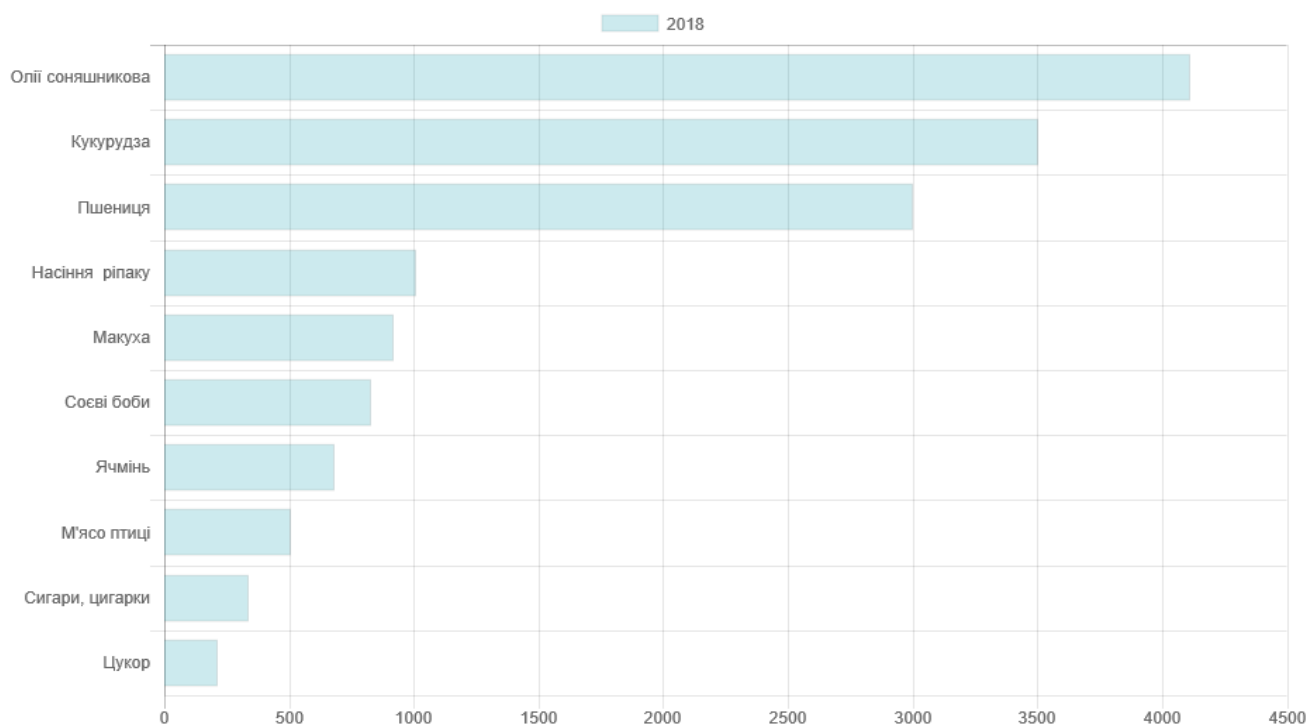


Рис. 1.2. Топ-10 продуктів агропродовольчого експорту, 2018 рік,  
млн. дол. США

Джерело:[16]

Левову частку в аграрному експорті займає соняшникова олія, обсяг її реалізації за 2018 року склав 4,1 млрд. дол. США. Україна вже декілька років поспіль є світовим лідером з виробництва і експорту соняшникової олії. Решту ключових позицій займають зернові культури (кукурудза, пшениця, ячмінь), а також олійні (соєві боби) і продукти переробки олійних (макуха соняшникова). Ці ТОП-10 продуктів становлять 81% всього експорту агропродовольчих продуктів з України.

Імпорт також після кризи і знецінення гривні демонстрував спад (табл. 1.3). Проте, починаючи з 2016р., спостерігається збільшення імпортних закупок усіх видів продукції. Найбільшу частку в імпорті займають машини, транспортні засоби

і устаткування, мінеральні вироби (паливо, вугілля) та продукція хімічної промисловості, долі яких склали у 2018р. 28,6 %, 24,2 % і 18,6 % відповідно.

**Таблиця 1.3. Динаміка товарної структури імпорту України**

Найменування груп товарів / Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>УСЬОГО, млн дол. США</b>	<b>56 896</b>	<b>80 414</b>	<b>86 273</b>	<b>81 234</b>	<b>57 680</b>	<b>38 875</b>	<b>40 502</b>	<b>49 364</b>	<b>55 954</b>
Продовольчі товари та сировина для їх вироб. %	5 761 10,1	6 347 7,9	7 513 8,7	8 181 10,1	6 025 10,4	3 413 8,8	3 863 9,5	4 265 8,6	5 016 9,0
Мінеральні продукти (паливо, нафта, руда) %	19 247 33,8	26 514 33,0	26 440 30,6	21 180 26,1	15 254 26,4	11 186 28,8	8 075 19,9	11 971 24,3	13 562 24,2
Продукція хімічної промисл. %	10 116 17,8	12 505 15,6	13 155 15,2	13 042 16,1	10 310 17,9	7 540 19,4	8 297 20,5	9 575 19,4	10 425 18,6
Деревина та вироби з неї %	1 877 3,3	2 094 2,6	2 071 2,4	2 199 2,7	1 466 2,5	935 2,4	1 033 2,6	1 148 2,3	1 321 2,4
Промислові вироби %	2 880 5,1	2 951 3,7	3 982 4,6	3 881 4,8	2 615 4,5	1 750 4,5	1 957 4,8	2 128 4,3	2 574 4,6
Чорні й кольорові метали та вироби з них %	3 988 7,0	5 522 6,9	5 079 5,9	4 552 5,6	3 208 5,6	1 898 4,9	2 192 5,4	2 878 5,8	3 430 6,1
Машини, устаткув., трансп. засоби %	11 799 20,7	19 208 23,9	21 012 24,4	18 154 22,3	10 724 18,6	7 502 19,3	10 353 25,6	13 569 27,5	15 987 28,6
Різне %	1 228 2,2	5 273 6,6	7 021 8,1	10 145 12,5	8 078 14,0	4 651 12,0	4 732 11,7	3 830 7,8	3 639 6,5

Джерело: [15]

Коливання імпорту продовольчих товарів протягом 2015-2018рр. відбувались в межах 9 % від загального розміру. Серед аграрного імпорту України першу позицію займає морожена риба (рис.1.3), за 2018 рік об'єм закупівель склав 351,6 млн дол. США. На другому місці знаходиться тютюнова сировина (263,2 млн дол. США), а на третьому – насіння соняшнику (258,3 млн дол. США).

Треба зазначити, що головної статтею імпорту залишається паливо та нафтопродукти. При цьому Україна знизилла закупівлю енергетичних ресурсів, перш за все природного газу на 24,8 % порівняно з 2017р. – з 14,1 млрд. куб. м до 10,6 млрд. куб. м [14]. Але не тому, що економіка України стала енергоефективною. А тому, що економіка просто "охолола" і стала менш вимагати енергетичних ресурсів.



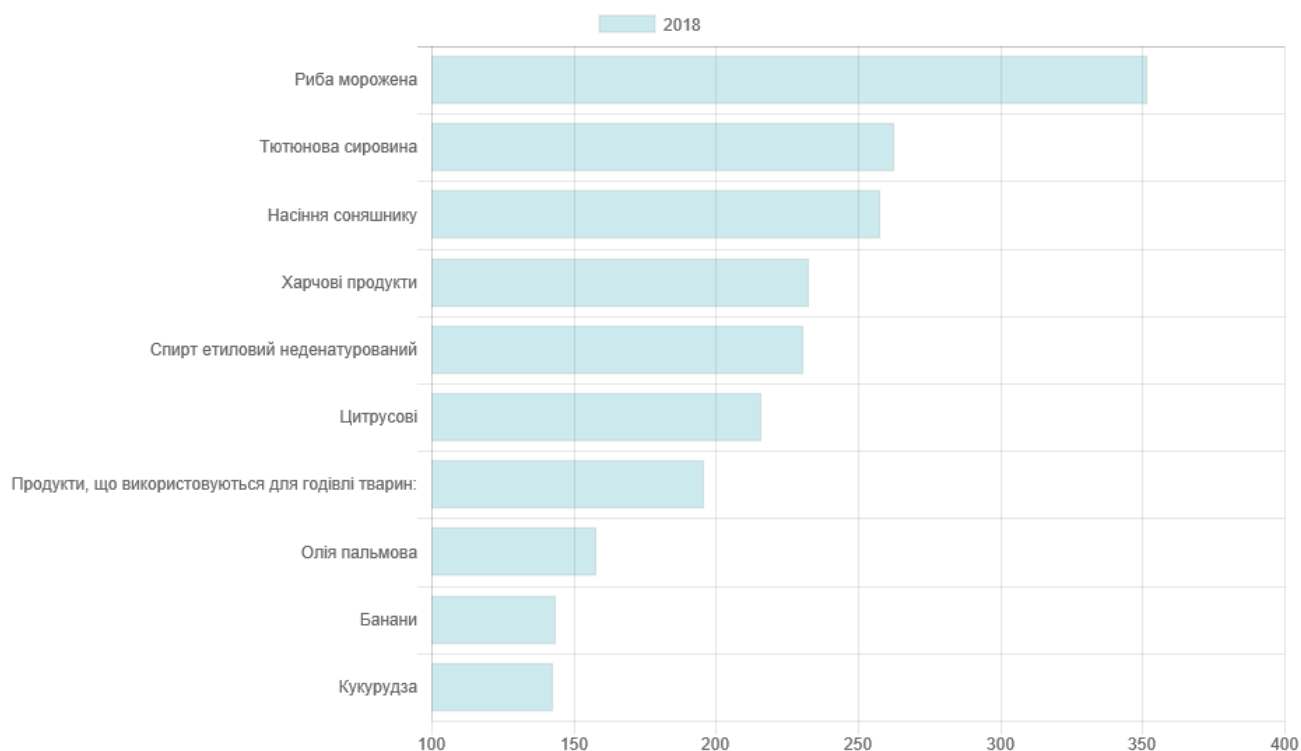


Рис. 1.3. Топ-10 продуктів агропродовольчого імпорту, 2018 рік,  
млн. дол. США

Джерело: [16]

Сьогодні Україна перебуває на етапі, коли економічна та торговельна інтеграція до європейської спільноти є неминучою. Завдяки географічному розташуванню вона як найбільша за територією європейська країна викликає зацікавлення з боку як східних, так і західних сусідів. Протягом останніх років вітчизняному експорту властиві суттєві трансформації. Після підписання Угоди про зону вільної торгівлі з ЄС Україна втратила найбільший ринок збуту - Російську Федерацію. Відносини з Європейським Союзом (ЄС) набувають для України особливого значення під час визначення власних перспектив і резервів для підвищення рівня міжнародних торговельних контактів та рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки на світовому ринку.

Статистика підтверджує, що Україна змінює вектор зовнішньоекономічної діяльності, а ЄС стає основним зовнішньоторговельним партнером. З табл. 1.4 видно, що питома вага експорту з країнами ЄС має тенденцію до зростання - майже на 62 % (з 26,9 % у 2010р. до 43,5 % у 2018р.). При цьому доля експорту з країнами СНД стрімко скорочуються – майже у 2,5 раза. Аналогічна ситуація і з імпортом з

країн СНД – скорочення у 1,9 раза при майже незмінній долі Європи. Слід зауважити, що найбільші обсяги торгівлі з країнами СНД залишаються з Російською Федерацією (Додаток А).

Таблиця 1.4. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами у 2010-2018 рр., млн.долл. США

Рік	Усього	Країни СНД		Інші країни світу, в т.ч.		Європа		Азія	
			%		%		%		%
Експорт									
2010	51 405,2	18 740,6	36,5	32 664,6	63,5	13 829,6	26,9	13 715,4	42,0
2011	68 394,2	26 177,0	38,3	42 217,2	61,7	18 442,4	27,0	17 737,8	42,0
2012	68 830,4	25 318,6	36,8	43 511,8	63,2	17 424,0	25,3	17 681,1	40,6
2013	63 320,7	22 077,3	34,9	41 243,4	65,1	17 064,2	26,9	16 813,0	40,8
2014	53 901,7	14 882,3	27,6	39 019,4	72,4	17 122,1	31,8	15 350,9	39,3
2015	38 127,1	7 806,1	20,5	30 321,0	79,5	13 248,3	34,7	12 378,9	40,8
2016	36 361,7	6 031,5	16,6	30 330,2	83,4	13 790,1	37,9	11 796,3	38,9
2017	43 266,6	6 917,5	16,0	36 349,1	84,0	17 902,9	41,4	12 966,9	35,7
2018	47 339,9	7 027,0	14,8	40 312,9	85,2	20 607,5	43,5	13 755,2	34,1
Імпорт									
2010	60 742,2	26 697,4	44,0	34 044,8	56,0	20 004,5	58,8	10 023,3	29,4
2011	82 608,2	37 212,4	45,0	45 395,8	55,0	27 065,9	59,6	13 279,9	29,3
2012	84 717,6	34 497,2	40,7	50 220,4	59,3	27 569,6	54,9	17 140,5	34,1
2013	76 986,8	27 941,6	36,3	49 045,2	63,7	28 566,2	58,2	15 237,3	31,1
2014	54 428,7	17 276,9	31,7	37 151,8	68,3	22 383,0	60,2	10 848,3	29,2
2015	37 516,4	10 485,5	27,9	27 030,9	72,1	16 665,3	61,7	7 235,8	26,8
2016	39 249,8	8 565,4	21,8	30 684,4	78,2	18 470,2	60,2	8 920,5	29,1
2017	49 598,5	11 475,6	23,1	38 122,9	76,9	22 918,4	60,1	10 677,2	28,0
2018	57 141,0	13 211,4	23,1	43 929,6	76,9	25 327,8	57,7	13 612,0	31,0

Джерело: [15]

Найбільші експортні поставки товарів Україна здійснювала до Італії, Польщі, Німеччини, Іспанії, Угорщини та Нідерландів. Найбільші імпорتنі поставки товарів серед країн ЄС здійснювалися з Німеччини, Польщі та Угорщини. Своєю чергою, найбільші обсяги експорту та імпорту послуг здійснювалися з Великою Британією та Німеччиною [17].

Так, деякі позитивні тенденції у сфері торгівлі України та ЄС помітні, однак сальдо зовнішньої торгівлі залишається від'ємним. Основною причиною цього є частковий доступ до європейських ринків через неспроможність національного виробника скласти конкуренцію постачальникам товарів та послуг ЄС. Також

переважно більшу частку у товарах, які постачаються на європейський ринок, займають напівфабрикати та сировина, тобто товари з низькою доданою вартістю. Це позиціонує нашу державу як сировинний придаток розвинених країн.

Левову частку в торгівлі України займає торгівля товарами – 79,7%. Хоча сьогодні розвинені країни швидшими темпами збільшують торгівлю послугами. Ситуація на міжнародному ринку така - відсталі країни чи ті, що розвиваються, виконують роль сировинних придатків, а розвинені – створюють ліквідні послуги.

Роль України в міжнародному поділі праці є пасивною. Це спричинено недосконалістю структури міжнародної торгівлі, а саме - експорту, завдяки якому країна отримує вкрай необхідні валютні надходження в економіку. Характерна також низька спроможність національних суб'єктів господарювання скласти конкуренцію, перевага в товарній структурі сировини та низько технологічного експорту. Українська продукція, що експортується, має низьку додану вартість. Основна причина – неефективне управління експортною діяльністю зокрема та ЗЕД в цілому.

Пріоритетними напрямками розвитку експортної діяльності повинні стати такі заходи:

1. перебудова товарної структури експорту; наближення її до структурних співвідношень, властивим країнам з ринковою економікою;
2. переорієнтація політики підприємств на виробництво високоліквідної продукції;
3. зміна структури експорту - скорочення частки сировинних товарів на користь готової продукції;
4. розвиток експорту послуг (транспортних, телекомунікаційних, ІТ);
5. гнучка податкова, цінова, кредитна, фінансова та валютна політика, що стимулюватиме експортно-імпортних відносини.

Зовнішньоекономічний аспект сучасної політичної та економічної ситуації на Україні обумовлюється існуванням потужних факторів: фінансової залежності країни від західних міжнародних організацій та енергетична залежність від Росії та країн СНД.

## **1.2. Механізм регулювання та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Регулювання ЗЕД в Україні здійснюється з метою забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку країни; стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, в тому числі зовнішньоекономічних зв'язків; створення найбільш сприятливих умов для залучення економіки України в систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур розвинутих зарубіжних країн.

Державне регулювання ЗЕД спрямовано на захист економічних інтересів України та законних інтересів суб'єктів ЗЕД, заохочення конкуренції та ліквідацію монополізму. Воно здійснюється за допомогою законів України, актів тарифного і нетарифного регулювання, економічних заходів регулювання (валютно-фінансового, кредитного), угод між суб'єктами ЗЕД.

Тарифне регулювання здійснюється встановленням митних тарифів – ставок мита, якими обкладаються товари, ввезені на митну територію країни або вивезені за її межі, та стягуються митницею. Метою митного тарифу є раціоналізація товарної структури ввозу товарів до України, підтримка раціонального співвідношення ввозу та вивозу товарів, валютних доходів та видатків на території України, захист економіки України від недобросовісної іноземної конкуренції [18].

Мита виконують такі функції: фіскальну (гроші для держави), протекціоністську (скорочення або усунення імпорту для захисту вітчизняних виробників від іноземних конкурентів), балансувальну (запобігання небажаного експорту товарів з нижчою внутрішньою ціною ніж світовою).

Нетарифне регулювання здійснюється за рахунок адміністративних, фінансових, кредитних та інших обмежень, яких нараховується більше 800. Зараз більше половини світової торгівлі є об'єктом нетарифних бар'єрів. Їх поширення пояснюється тим, що їх введення є привілеєм уряду країни і вони не регулюються

міжнародними угодами. Крім того, нетарифні бар'єри не призводять до негайного підвищення ціни товару, як мито.

Нетарифні обмеження поділяються на кількісні, приховані та фінансові.

Кількісні обмеження здійснюються за рахунок квотування, ліцензування та «добровільного» обмеження експорту. Найрозповсюджене обмеження – квотування – кількісна міра обмеження (ембарго – квота дорівнює 0 - заборона). Квоти є більш ефективним, ніж тарифи інструментом, оскільки їх введення дозволяє утримувати обсяги імпорту на незмінному рівні, незважаючи на зростання попиту, яких збільшує ціну товару. Квотування здійснюється урядовими органами на основі видачі ліцензій – дозвіла на експорт чи імпорт товару у встановлених кількостях за визначений проміжок часу. Ліцензування може виступати у вигляді складової частини процесу квотування або самостійного інструмента державного регулювання. «Добровільне» обмеження експорту – це кількісне обмеження експорту, засноване на зобов'язанні одного з партнерів обмежити обсяг експорту, прийняте в рамках міжурядової угоди про встановлення квот на експорт товару. Приводом для нього звичайно є заяви національних товаровиробників про те, що ввезення того чи іншого товару через кордон призводить до втрат на виробництві і дезорганізації місцевого ринку. Економічний ефект від введення «добровільних» експортних обмежень експортером негативний для імпортера.

Приховані види торговельних обмежень займають істотне місце серед нетарифних методів і їх нараховується більше 100. З їх допомогою країни можуть в односторонньому порядку обмежувати експорт чи імпорт. До них належать технічні бар'єри (національні стандарти якості, санітарні обмеження, вимоги до пакування і маркування, закони про захист споживачів і т.п.), внутрішні податки і збори (податок на додану вартість, акцизний податок, митні збори, портові збори, санітарні контролю – для підвищення ціни і скорочення конкурентоспроможності на внутрішньому ринку), державна закупівля (купівля товарів у національних фірм, навіть якщо вони дорожчі імпортних), вимогу до вмісту місцевих компонентів (обмежують імпорт, містять вимоги до закордонних інвесторів щодо зобов'язання іноземної фірми експортувати визначену частину виробленої продукції).

Фінансові методи регулювання. Метою фінансування, як методу регулювання зовнішньої торгівлі, зокрема, розширення експорту, є дискримінація іноземних компаній на користь національних виробників і експортерів на основі зниження вартості експортованого товару і підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку. Фінансування експорту здійснюється з державного бюджету, банків, фондів, за рахунок самих експортерів. Основні фінансові методи: демпінг (експорт товарів за цінами, нижчими від собівартості, чи принаймні, за ціною нижчою, ніж на внутрішньому ринку – заборонений міжнародними правилами, як форма несумлінної конкуренції) і субсидії (державні дотації виробникам при їхньому виході на світовий ринок для розвитку певних галузей).

Валютне регулювання ЗЕД. Система валютного регулювання являє собою регламентацію режиму здійснення валютних операцій, міжнародних розрахунків, визначення загальних принципів валютного регулювання, повноважень державних органів і функцій банків у регулюванні валютних операцій, прав та обов'язків суб'єктів валютних відносин, порядку здійснення валютного контролю, відповідальності за порушення валютного законодавства. Валютне регулювання на національному рівні приймає до уваги вимоги Міжнародного Валютного Фонду (МВФ). Усі суб'єкти валютного регулювання поділяються на резидентів (фізичні і юридичні особи, які мають постійне місце проживання або місцезнаходження на території України) і нерезидентів (...за межами території України). Учасниками валютного регулювання виступають Національний банк України (НБУ), «уповноважений банк» (будь який комерційний банк, що має ліцензію НБУ на здійснення валютних операцій і здійснює валютний контроль за операціями свого клієнта) та інші фінансові установи з ліцензіями НБУ.

З 1993р. і до цього часу обіг валюти в країні визначався декретом "Про систему валютного регулювання і контролю", який містив достатньо радянських рудиментів, а також низкою інших нормативних актів. Загалом їх було понад 50. Крім того, до них було внесено понад 300 поправок.

Після девальвації гривні, виведення значних валютних ресурсів за кордон у 2014рр. для стабілізації курсу гривні і макрофінансової ситуації в цілому НБУ ввів жорсткі обмеження щодо використання валюти у розрахунках. Серед них найбільш ішчі для бізнесу: обов'язковий продаж 75 % валютної виручки експортерами, розрахунки за експортними та імпортними контрактами впродовж 90 днів, заборона на виплату дивідендів нерезидентам. Продовжується активна співпраця з МВФ на отримання позик. З 2015р. Україна на різних умовах (прийняття пенсійної реформи, створення антикорупційних судів, прозора приватизація, запровадження автоматизованого механізму регулювання тарифів на газ та теплову енергію та інші) отримала 4 транша на загальну суму 11 млрд.долл. США (всього протягом 1991-2018рр. – 31,5 млрд.долл.США) [21]. НБУ цьогоріч очікує отримати 2 транші від МВФ на загальну суму 2,6 млрд. доларів США.

У рамках проведення лібералізації валютного законодавства 7 лютого 2019р. в Україні набув чинності Закон "Про валюту і валютні операції" від 21.06.2018р. [19], який передбачає скасування валютного контролю для більш ніж 40 % операцій, більше 20 послаблень (схема 1.1).

В рамках нової системи валютного регулювання Національний банк також здійснює перехід від системи тотального валютного контролю за кожною операцією до валютного нагляду. Новий закон запроваджує у валютних операціях принцип «дозволено все, що не заборонено». Кінцева мета НБУ у рамках лібералізації – зняття всіх наявних обмежень і перехід до режиму вільного руху капіталу, який стане підґрунтям для полегшення ведення бізнесу та інвестиційного клімату в Україні, припливу іноземного капіталу, стійкого економічного зростання.

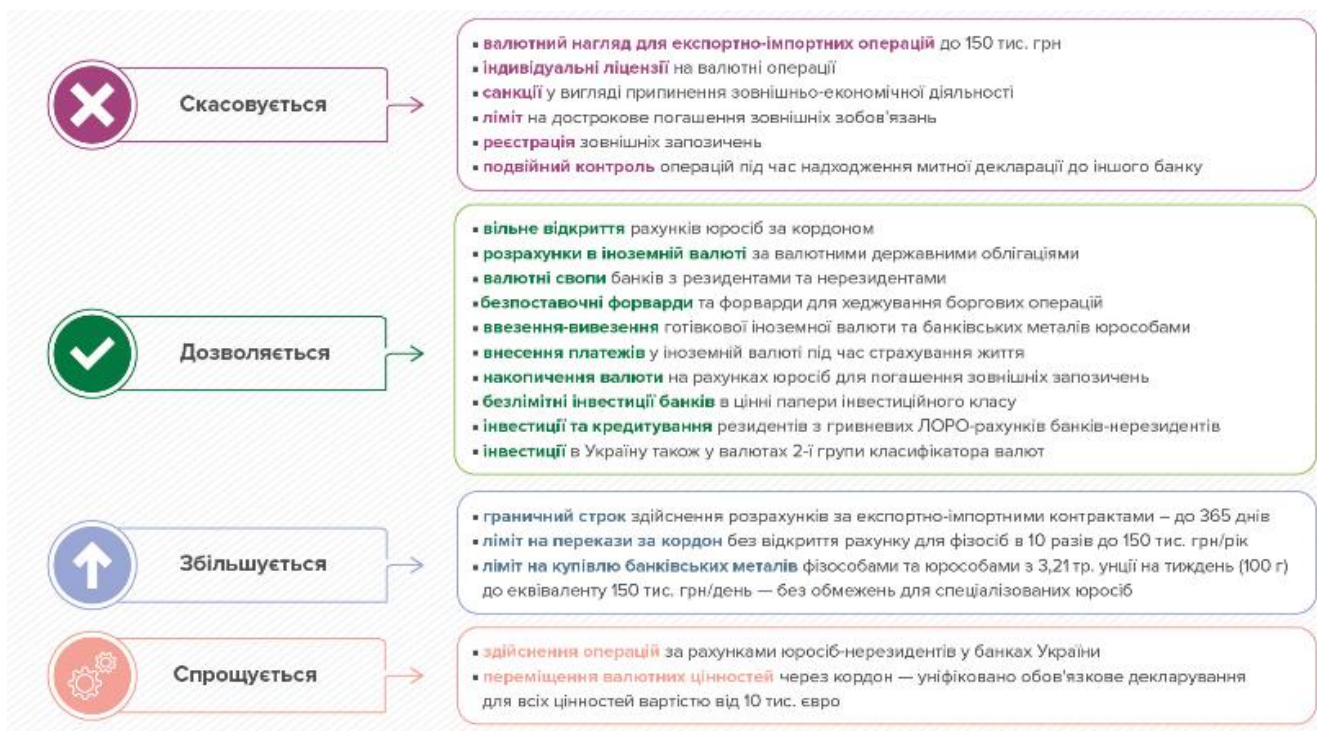


Схема 1.1. Поліпшення для бізнесу з введенням в дію Закону України "Про валюту і валютні операції".

Джерело: [20]

В умовах інтернаціоналізації бізнесу та нестабільності економічного росту успішний розвиток ЗЕД підприємства визначається вирішенням завдань точної оцінки результативності такої діяльності та підвищення її ефективності. Ефективність ЗЕД підприємства виступає одним з ключових моментів його успішного функціонування на ринку, тим самим підтверджується конкурентоспроможність його продукції. В сучасних умовах подібний підхід повинен бути пріоритетним: він дозволяє знайти нові ринки і сегменти збуту товарів, забезпечити приплив валюти, створює умови для закупівлі імпортової сировини і напівфабрикатів, збереження робочих місць, залучення висококваліфікованих кадрів.

Разом з тим, на сучасному етапі ЗЕД українських підприємств потребує вдосконалення. Цьому, насамперед, повинна сприяти виважена державна політика у зовнішньоекономічній сфері. Вона має бути націленою на:

- перепрофілювання підприємств, які в основному працюють на сировині і комплектуючих, що ввозяться із-за кордону, поставки яких є ненадійними й економічно невиправданими;



- випуск нової конкурентоспроможної продукції шляхом надання певних знижок при її експорті;
- зменшення ввезення низькоякісної, шкідливої продукції з закордону шляхом встановлення високого імпортного мита, та застосуванням інших нетарифних бар'єрів [11].

У перспективі підприємства повинні орієнтуватись у своїй ЗЕД на збільшення питомої ваги в експорті готових виробів, значне скорочення поставок сировини, палива, екологічно несприятливих продуктів.

Першим етапом аналізу шляхів підвищення ефективності ЗЕД підприємства має стати визначення кола країн, які є потенційно привабливими з точки зору проникнення на їхні ринки. При цьому необхідно ретельно проаналізувати стан середовища міжнародного маркетингу, який включає в себе вивчення системи міжнародної торгівлі, економічного середовища кожної з країн та їхнього політико-правового та культурного середовища. Підприємству, яке вирішило вийти на іноземний ринок, необхідно взяти до уваги існування безлічі обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі як у країні, на ринок якої воно збирається вийти, так і у своїй власній. До таких обмежень належать: митні тарифи (фіскальні та протекціоністські), валютний контроль з боку держави, ряд нетарифних бар'єрів (системи національних стандартів безпеки, якості тощо).

Вивчення економічного середовища передбачає аналіз економіки кожної з країн на предмет її привабливості як експортного ринку. Для цього необхідно провести оцінку економік за двома характеристиками. Перша з них - структура господарства, яка визначає потребу країни в товарах і послугах, рівень зайнятості і доходів населення тощо. Друга характеристика - характер розподілу доходів у країні. Отримати уявлення про політико-правове середовище можна в результаті аналізу чотирьох основних факторів: ставлення у країні до закупівель з-за кордону; політичної стабільності; валютних обмежень [13].

Результатом вивчення середовища міжнародного маркетингу є інформація, аналіз якої дає змогу прийняти рішення про принципову доцільність (або недоцільність) виходу підприємства на зарубіжний ринок. Оптимальним рішенням

вважається вихід українського підприємства на ринки країн так званого ближнього зарубіжжя, оскільки в цих країнах стандарти продукції, товарів наближені до наших. З усіх держав пострадянського простору російський ринок здається найпривабливішим – його потенційна місткість значно більша за місткість українського, платоспроможний попит у Росії вищий. Однак в сучасних умовах взаємовідносин між нашими країнами та введених взаємних санкцій це важко.

Пропонуються такі можливості виходу на ринок близького зарубіжжя:

- прямий експорт;
- організація виробництва у цих країнах;
- формування мережі дистриб'юторів для просування та поширення товарів на ринку;
- організація спільного підприємства з вже діючим підприємством для створення дистриб'юторського каналу;
- виробництво за ліцензією;
- організація мережі просування товару й оцінки продажу (при експорті);
- придбання діючого підприємства - дистриб'ютора й оптового торговця з наявною системою просування і продажу (придбання по вертикалі) або купівля контрольного пакета акцій виробника (придбання по горизонталі) [12].

Однак, під час реалізації цих можливостей постає чимало проблем. Насамперед прямий експорт пов'язаний із необхідністю завоювання позицій на ринку, з опором ринку іноземним торговельним маркам, із необхідністю тимчасових витрат на організацію мережі просування і збуту, зі складністю контролю за зростанням обсягів продажу, з труднощами у зв'язках із кінцевим споживачем, із затримками в оплаті. Будівництво виробничої бази потребує значних інвестицій, ретельного вибору місця розташування, пошуку й добору робочої сили і кваліфікованого персоналу. Організація дистриб'юторської мережі або створення спільного підприємства за кордоном здаються привабливими, але ускладнюються проблемами з вибором партнера, завищенням цін (витрати з дистриб'ютора переносяться на кінцевого споживача), розбіжностями в

стратегічних цілях із партнером, проблемами в розподілі прибутків (у разі утворення спільного підприємства).

Вибір українським підприємством придбання підприємства, яке знаходиться за межами території України, як методу проникнення на іноземний ринок, потребує найменших затрат у порівнянні з іншими способами для доступу на ринок і збереження ринкових позицій, а в довгостроковій перспективі - дає змогу зайняти певну ринкову нішу. Саме тому, щоб виявити шляхи підвищення ефективності ЗЕД вітчизняним підприємствам необхідно:

- комплексне дослідження проблем підвищення ефективності та розвитку ЗЕД підприємств;
- виявлення напрямків удосконалювання системи управління та планування зовнішньоекономічних зв'язків на рівні підприємства;
- виявлення напрямків удосконалювання методів експортної роботи;
- вивчення сучасних аналітичних підходів і методів дослідження зовнішньоторговельних ринків;
- розробка організаційно-економічних заходів підвищення конкурентноздатності експортної продукції;
- аналіз ефективності ЗЕД підприємств (оцінка рівня і якості виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, дослідження ефективності, переваг і недоліків висновку контрактів і договорів; аналіз конкурентноздатності підприємства і конкурентноздатності продукції і ринку збуту в ЗЕД; аналіз динаміки (розвитку) ЗЕД підприємства; дослідження раціональності використання ресурсів); розробка методики аналітичної оцінки ефективності окремої експортної операції.
- розробка заходів підвищення ефективності експортної діяльності підприємств [13].

Підприємство спроможно вийти на світовий ринок лише за умови виробництва якісної продукції (послуг), яка б відповідала існуючим запитам і потребам споживачів. Розв'язання цієї проблеми можливе лише за умови вкладення капіталу та впровадження сучасних інноваційних розробок у

пріоритетні галузі. У переважній більшості продукція вітчизняних товаровиробників характеризується низьким рівнем якості, що не відповідає світовим стандартам, а також високим рівнем витрат на її виробництво, що в кінцевому підсумку обумовлює низький рівень конкурентоспроможності на зарубіжних ринках. Розвиток експортного потенціалу неможливо розглядати ізольовано, без врахування взаємозалежності між станом економіки й ефективністю зовнішньоекономічних відносин.

Здійснюючи ЗЕД, керівники підприємств обов'язково аналізують її ефективність. Для досягнення найбільшого економічного ефекту від ЗЕД слід розвивати виробництво експортної продукції, яка дозволяє одержати найбільшу валютну виручку на одиницю витрат, та імпортувати ті товари, власне виробництво яких викликало б найбільші затрати на одиницю вкладених валютних коштів.

Аналіз економічної ефективності ЗЕД проводять для того, щоб обґрунтувати пропозиції про продаж і купівлю товарів, оцінити структуру, що склалася, напрямки зовнішньоторгового обороту підприємства. Таким чином, показники ефективності ЗЕД підприємства та їх аналіз дозволяють виявити вигідність зовнішньоекономічних операцій з імпорту і з експорту.

З точки зору виробника експортної продукції (товарів), який безпосередньо виходить на зовнішній ринок, показники ефективності ЗЕД розраховують на основі таких даних:

- затрати на виробництво експортної продукції;
- вартість експортної продукції у відпускних (внутрішніх) цінах;
- вартість експортної продукції у зовнішньоторгових цінах або валютна виручка від продажу продукції на зовнішньому ринку;
- вартість імпортової продукції у зовнішньоторгових цінах або валютні кошти, затрачені на закупку імпортованих товарів;
- вартість реалізації імпортованих товарів за внутрішніми цінами;
- затрати на придбання вітчизняних товарів, аналогічних імпортованим.

Використовуючи вищевказані показники, розраховують:

а) повну ефективність експорту та імпорту, показники якої характеризують у цілому сукупний процес виробництва і реалізації (для експорту), реалізації і використання (для імпорту);

б) економічну ефективність виробництва експорту і використання імпорту;

в) бюджетну (валютну) ефективність експорту та імпорту.

Показники економічної та бюджетної ефективності відображають лише окремі частини зовнішньоекономічних операцій. Економічна ефективність характеризує процес виробництва експорту та використання імпорту. Бюджетна ефективність характеризує процес обігу продукції (товарів), тобто реалізацію експорту на зовнішньому ринку і використання імпорту на внутрішньому ринку.

Показники повної ефективності експорту та імпорту визначають на основі співвідношення їх вартості у зовнішньоторгових цінах і витратах на виробництво.

Показники економічної ефективності виробництва експорту (використання імпорту) визначають шляхом зіставлення вартості експорту (імпорту) товарів за внутрішніми цінами і затрат на виробництво.

Бюджетну ефективність розраховують у вигляді зіставлення вартості експортних або імпортних товарів (продукції) у зовнішньоторгових і внутрішніх цінах [11].

Підвищення ефективності ЗЕД підприємств, в першу чергу експортних операцій, знаходиться у великій залежності від принципів державного регулювання зовнішньоекономічних зв'язків між країнами та курса держави на підтримку того чи іншого сектору економіки.

Вихід на зовнішній ринок завжди є вступом до конкурентної боротьби. В умовах високої насиченості і навіть перенасиченості світових товарних ринків кожен товар (і товаровиробник, що за ним стоїть) змушений вести жорстку боротьбу за перевагу споживача, яка віддається найбільш конкурентоспроможному товарі, який на одиницю своєї вартості (ціни) задовольняє більше потреб і на більш високому рівні, ніж товари конкурентів. Зростаючий інтерес до якості, викликаний посиленням конкурентної боротьби на світовому ринку, ставить цілком конкретне завдання перед виробником продукції. Покращити якість – це

покращити конкурентоспроможність своїх товарів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Із новим підходом до якості продукції зростає роль стандартизації, у розвитку якої значну роль відіграє держава.

Конкурентні позиції розвинутих країн у міжнародній торгівлі проявляються також через механізм цін. Їх рівень на зовнішніх ринках продовжує залишатись діючим важелем управління чи ослаблення позицій експортера. І хоч існує думка, що експортні ціни – це не головний показник конкурентоспроможності, що перевагу треба віддавати впливу таких факторів, як рівень технічного вдосконалювання виробів, його якість, надійність зручність у експлуатації, умови та строки постачань і платежів. Тим не менше роль нецінових факторів у конкурентній боротьбі далеко не є однаковою. В залежності від ринків і товарів вони можуть чинити різний вплив на ефективність ЗЕД. Усе це змушує підприємства-експортерів уважно вивчати конкурентоспроможність вироблених товарів. Разом з тим, висока конкурентноздатність продукції не повинна бути самоціллю для підприємства - вона лише засіб одержання високого прибутку.

## **Висновки до розділу 1**

На сьогоднішній день ЗЕД є одним з найважливіших напрямків розвитку економіки. Завдяки їй забезпечується потреби різних країн у невиспичаючих ресурсах: сировині, паливі, енергоносіях, фінансових та трудових ресурсах. Разом

з тим ЗЕД є суттєвим джерелом надходження коштів до державного бюджету. Це обумовлює зростаючий інтерес до вивчення питань, що пов'язані із ЗЕД.

Нарощувати потенціал ЗЕД підприємств треба перш за все шляхом створення сприятливих умов виходу на зовнішні ринки - економічних та політичних умов для збільшення випуску вітчизняної продукції та надання послуг за рахунок модернізації виробництва, застосування сучасних технологій переробки, зберігання, пакування, транспортування та реалізації продукції машинобудівної, харчової і легкої промисловості, сільського господарства, закріплення на традиційних ринках збуту та виходу на нові ринки. Необхідно надавати державні гарантії щодо участі наших компаній у міжнародних тендерах, стимулювати вітчизняний машино-технічний експорт, а також експорт харчової та сільськогосподарської продукції шляхом запровадження спеціальної системи кредитування обігових коштів виробників. Вкрай важливо змінювати структуру експорту, перестати виконувати роль сировинного придатку, розвивати експортний ринок послуг.

ЗЕД підприємства є дуже важливою і невід'ємною сферою господарської діяльності, яка при неефективному використанні всього комплексу сучасних методів і форм міжнародного бізнесу не здатна позитивно впливати на ефективність виробництва, його технічний рівень, якість продукції, що виробляється. Також для відкритості і ефективності ЗЕД та української економіки в цілому, з боку держави необхідні: гнучка податкова, цінова, кредитна, фінансова та валютна політика, що регулюватиме та стимулюватиме експортно-імпортні відносини.

Отже, лише на основі всебічного вивчення кон'юнктури світових ринків, підвищення конкурентноздатності продукції, застосування сучасних технологій можна досягти ефект у ЗЕД як на рівні підприємства, так і на макрорівні зокрема.

## **РОЗДІЛ 2**

### **АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ДЖЕЙ ТІ ІНТЕРНЕШНЛ УКРАЇНА»**

## 2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

Публічне акціонерне товариство Джей Ті Інтернешнл Україна (Джапан Тобакко Інтернешнл Україна (JTI Ukraine) входить до групи компаній Japan Tobacco International (JTI), яка є одним з провідних виробників тютюнових виробів у світі. Головний офіс компанії знаходиться у Женеві, Швейцарія. JTI представлена у 120 країнах та об'єднує понад 40 тисяч працівників 100 національностей. Бренди компанії поєднують традиції трьох континентів, а її історія бере початок у 18 столітті [22].

В Україні JTI працює з 1993 року (до 1999 року – як R.J.Reynolds) та на сьогоднішній день займає другу позицію серед тютюнових компаній країни з сучасною фабрикою в місті Кременчуці Полтавської області (ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»), головним офісом у Києві (ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Компані Україна») та регіональними офісами в найбільших містах України.

Підприємство здійснює діяльність по виробництву та розповсюдженню (збуту) тютюнових виробів на території України та поза її межами, імпорту та експорту діяльність щодо тютюну, тютюнової сировини та тютюнових виробів. Підприємство здійснює свою діяльність відповідно до статуту та чинного законодавства України за усіма напрямками (виробнича, торгівельна, соціальна діяльність тощо)[23].

Продукція експортується у Білорусь, Молдову, Російську Федерацію, країни Західної Європи, країни Кавказу – Азербайджан, Вірменію, Грузію, Туркменістан, країни Африки та Близького Сходу, Мексику. У портфелі JTI більш ніж 100 брендів тютюнових виробів (у Кременчуці виробляють більш ніж 90), але одні з основних глобальних флагманських брендів це:

1. Winston – бренд заснував у США у 1954 році R.J.Reynolds, який назвав його на честь рідного міста Winston Salem. Протягом року були найкращі продажі у країні. Сьогодні це бренд № 2 у світі, досягний більш ніж у 100 країнах.

2. Camel – має майже столітню історію. Створений у 1913 році бренд є торговою маркою № 1 у світі. Сьогодні це головний міжнародний преміум-бренд JTI.



Після створення підприємства основною метою для JTI стає доведення стандартів якості кременчуцьких сигарет до міжнародних. Сьогодні усі марки JTI, які продаються на сучасному ринку, виробляються в Україні, на Кременчуцькій тютюновій фабриці. І сигарети українського виробництва за якістю не відрізняються від тих, які виробляються на фабриках влюбій іншій країні світу.

JTI – доволі молода компанія, але з великою спадщиною. Материнська компанія має відбиток історії Японії, міжнародні операції контролюються зі штаб-квартири у Женеві, Швейцарія. Тобто немає переважної культури, оскільки компанія працює у 120 країнах, де працює близько 100 різних національностей. Захопивши найкраще з обох, з японської та західної бізнес-культур, у компанії великий потенціал для процвітання по всьому миру.

В той же час як швидко зростає компанія важливо не виходити за рамки корпоративної цілісності для дотримання нормативних вимог, демонструючи прагнення до етичної поведінки. У результаті бізнес має репутацію бізнеса зі строгими стандартами управління та етики, бізнес-планування та систем управління, відповідального маркетингу, політики роботодавця і сучасного прогресивного робочого середовища.

Культура компанії, на якій будується бізнес:

- ініціативність, відкритість, вдосконалення – цінності, якими керується компанія, якими живе кожен співробітник JTI;
- інновації – невіддільна частина корпоративної культури (щорічно подається та втілюється в життя тисячі ідей з удосконалення роботи);
- люди, їхні таланти та компетентність, творчі ідеї та насага, командна робота – головна рушійна сила компанії.

Компанія прагне до найвищих стандартів. Головні корпоративні стратегії:

- продовжувати бути двигуном зростання прибутку JTI,
- увага на відповідальність та авторитет,
- будівництво та виховання видатних брендів компанії,
- інвестування в людей,
- продовжувати підвищувати продуктивність.

Компанія має високо відповідальний бізнес, побудований на стійкому мисленні стосовно наступних питань:

1) Захист навколишнього середовища.

Однією з основних задач компанії є досягнення найвищих показників в області управління охороною навколишнього середовища, здоров'я та безпеки праці, впровадження ефективних програм управління в усіх підрозділах. Так 1 березня 2012 року була затверджена Політика в області охорони навколишнього середовища, здоров'я та безпеки праці (EHS). Компанія встановила і підтримує інтегровані системи менеджменту навколишнього середовища, управління якістю і менеджменту промислової безпеки відповідно до вимог міжнародних стандартів ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 відповідно. Вони поширюються на діяльність усіх структурних підрозділів підприємства, підрядних організацій, які виконують роботи для підприємства або за його дорученням. Компанія прагне виявляти, розуміти та зменшувати вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Прикладом діяльності в цьому напрямку є скорочення викидів та інтенсивності викидів парникових газів протягом 2009-2016рр. на 11% (намір досягти до 2020р. – 20%), зменшення споживання енергії на 5%, води на 11%. В Малазії були вирощені 8 млн. дерев, як частина програми повторного лісонасадження.

2) Права людини та трудові права.

Створення безпечного та чесного місця роботи вимагає найвищих стандартів у правах людини та ставлення до працівників, як своїх, так і для всіх партнерів компанії, таких як фермери та постачальники. Так протягом 2016 року 48 членів громад отримали освіту у справі ліквідації дитячої праці.

Захист прав людини та підтримка відмінної трудової практики є ключовими при веденні бізнесу компанії у всьому світі. Так компанія працює в частині світу, де права людини знаходяться під загрозою і поставила зобов'язання щодо їх виконання в рамках політики ООН з прав людини.

Компанією затверджен Кодекс поведінки, що визначає і заохочує високі стандарти ділової етики та соціальної відповідальності в бізнесі. Є численні програми для співробітників, клієнтів, дистриб'юторів та постачальників, які

повідомляють про можливі порушення Кодексу поведінки, включаючи будь-які підозрювані порушення прав людини.

### 3) Інвестування в місцеві громади.

Компанія проводить соціальні кампанії з місцевих мистецтв та культури, роботи з екологічних проектів, заохочує та дозволяє своїм співробітникам віддавати свій час, добровільно звертаючись до соціальних проектів, які їм важливі. Так було інвестовано приблизно 68 млн. доларів США у роботу місцевих спільнот по всьому світу, інвестиційні програми громади пройшли понад 60 країн.

### 4) Відповідальність за продукт - ставлення до куріння.

Компанія усвідомлює ризики для здоров'я, пов'язані з курінням, і прагне до розробки продуктів з обмеженим ризиком. Компанія вірить у свободу дорослих, щоб вибрати, чи хочуть вони палити, і визнає важливість допомагати споживачам приймати обґрунтовані рішення. Щоб бути ясними і прозорими щодо позицій щодо куріння та здоров'я, компанія дотримується шести основних принципів, які визначають ставлення до куріння.

Шість основних принципів визначення ставлення компанії до паління:

- відкритість про шкоду паління – кожна людина повинна бути проінформована про ризик паління для здоров'я;
- прозорість про продукцію компанії – курці хочуть знати, що саме вони курять (надається інформація про інгредієнти, які використовуються у продуктах на веб-сайті компанії, а також інгредієнтова інформація за запитом урядів, але вимагається, щоб комерційні секрети компанії були поважні та захищені);
- прихильність розвитку продукту з меншим ризиком – у той час як ризики споживання тютюну не можуть бути повністю усунені, компанія прагне до розробки продуктів з обмеженим ризиком, які є прийнятними для дорослих курців;
- профілактика куріння серед молоді – неповнолітні не повинні палити і не повинні мати доступ до тютюнових виробів – ця віра є центральним елементом Кодексу поведінки та практики маркетингу JTІ;
- розміщення між курцями і некурцями – курці не повинні палити в присутності дітей;

- повага до місцевих норм ті культур – компанія поважає культури, норми, законодавство та процеси прийняття рішень у кожній країні, активно прагне відкритого і прозорого діалогу з урядовими органами в усьому світі, і, де це можливо, пропонує альтернативні рішення для рішення проблеми, запропонованої урядом.

Незаконна торгівля тютюном є серйозною глобальною проблемою. Незаконна торгівля, взята в цілому, є четвертою за величиною тютюновою компанією в світі. Тому компанією немало зусиль приділяється у боротьбі з нелегальною торгівлею тютюновими виробами, при цьому правоохоронні органи визнають сильну цілісність компанії в цьому питанні.

JTІ вигідно виділяється на ринку праці. Оскільки компанія вважає, що головна її сила – люди, їхні таланти та компетентність, творчі ідеї та насага, командна робота, то багато уваги приділяється умовам праці, охороні праці. Підтвердженням цього стала висока оцінка європейським інститутом Top Employers, який щорічно визначає найкращих роботодавців в усьому світі. JTІ Ukraine стала першою компанією в Україні з сертифікацією Top Employers і випередила 84 % європейських компаній-номінантів. У 2013 році JTІ Ukraine увійшла в TOP-3 найкращих роботодавців України за результатами досліджень провідною компанією Reputation Capital. На високому рівні охорона здоров'я і техніка безпеки, навчання і розвиток персоналу, обговорення кар'єри, програми оздоровлення і стрес-менеджменту.

Компанія має репутаційну стабільність, імідж.

При цьому збалансований розвиток бізнес-сегментів компанія здійснює шляхом:

- ефективного використання мережі активів для збільшення частки ринку тютюнових виробів,
- інвестування в технології та інновації,
- стратегічних придбань,
- контроль вирощування тютюну,

- розвитку потенціалу команди і вдосконалення процесів.

Оскільки компанія JTІ – міжнародна, то її діяльність базується на міжнародних стандартах. Система менеджменту основана на розробці і впровадженні політик підприємства в різних сферах діяльності і працює над постійним вдосконаленням (рис. 2.1).

### МОДЕЛЬ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

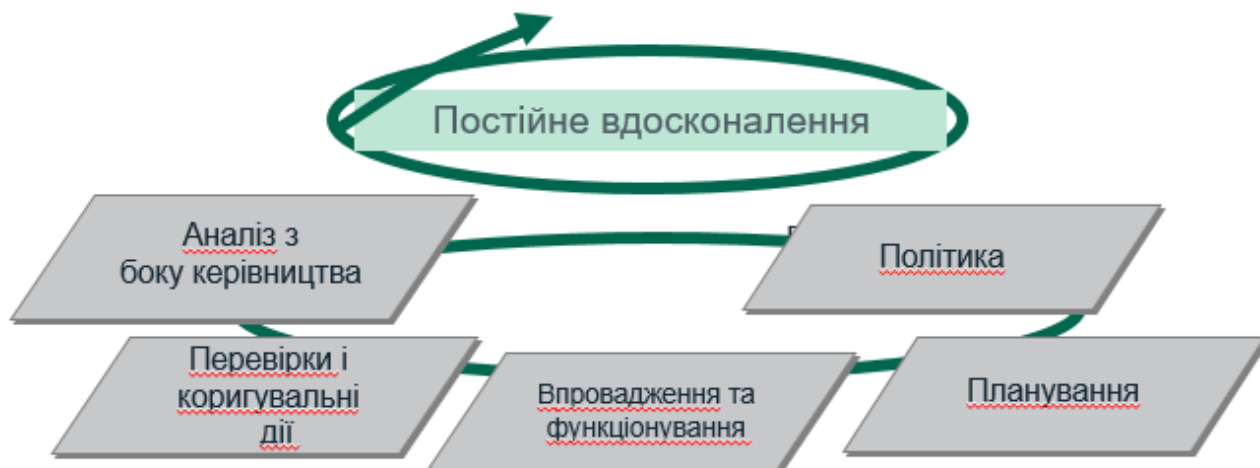


Рис. 2.1 Загальна модель систем управління компанії

Джерело: [22]

На території України виробничі потужності компанії JTІ розташовані за адресою: Полтавська обл., м. Кременчук, вул. 1905р., 19.

Засновники підприємства:

- Компанія Джей Ті Інтернешнл Холдинг Бі.Ві, що створена та діє згідно законодавства Нідерландів, головний офіс якої знаходиться у м. Амстелвен, Нідерланди – 99,9854 % акцій;
- Колективне підприємство Кременчуцька тютюнова фабрика, що створене та діє згідно із законодавством України і знаходиться у м. Кременчук, Полтавська обл., Україна – 0% акцій [23].

Статутний капітал ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» становить 34 599 700,41 грн. та поділений на 3 459 970 041 простих іменних акцій однакової номінальної вартості 0,01грн. Акції існують в бездокументарній формі. Підприємство формує резервний капітал у розмірі 25% від статутного капіталу.

Органи управління підприємства:

- Загальні збори акціонерів – вищий орган,
- Наглядова рада – здійснює захист прав акціонерів, контролює та регулює діяльність Генерального директора,
- Генеральний директор – одноосібний виконавчий орган, здійснює управління поточною діяльністю.

Органом контролю підприємства, який здійснює контроль за фінансово-господарською діяльністю, є Ревізійна комісія.

Посадові особи органів підприємства – голова та члени Наглядової ради, Ревізійної комісії та Генеральний директор.

Органом самоврядування трудового колективу підприємства є збори трудового колективу, що скликаються на вимогу більш ніж 50% працівників.

Підприємство має право на комерційну таємницю. Наглядова рада встановлює склад та обсяг відомостей, що відносяться до конфіденційної інформації підприємства та/або становлять його комерційну таємницю, визначає коло осіб, що мають доступ до такої інформації, умови та порядок доступу (п.3.16 Статуту).

ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» характерна лінійно-функціональна структура управління (рис.2.2), яка передбачає функціональний поділ управлінської праці в підрозділах різних рівнів і сполучення лінійного і функціонального принципів управління.

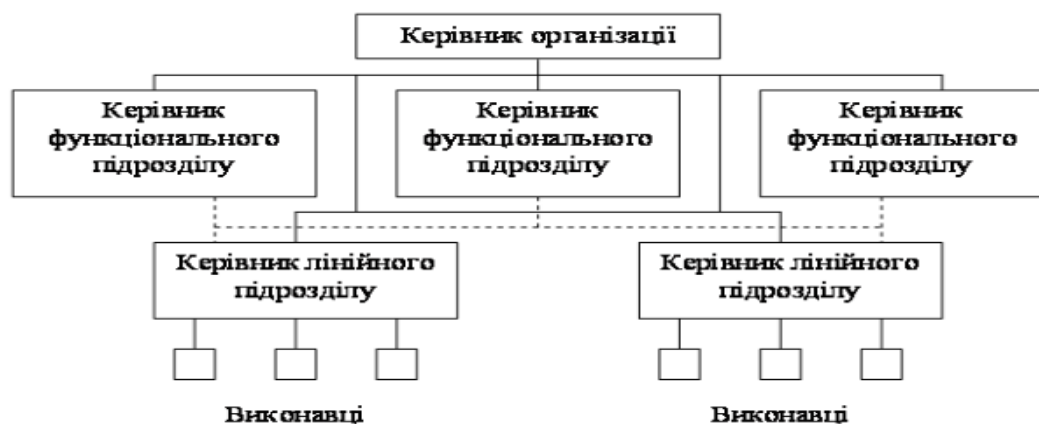


Рис. 2.2. Лінійно-функціональна структура управління  
ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»

Джерело:[25]

Оскільки група компаній JTI – міжнародна та розташована по всьому світу, то для неї характерна дивізійна структура управління з ознаками регіональної структури (за територіальним принципом). Вся діяльність підприємства у визначеному регіоні в цьому випадку підкорюється відповідному керівнику, що несе за неї відповідальність перед вищим керівним органом фірми. Дивізійно-регіональна структура полегшує вирішення проблем, які пов'язані з місцевими звичаями, особливостями законодавства і соціально-економічного середовища регіону. Територіальний розподіл створює умови для підготовки управлінського персоналу відділень (дивізіонів) безпосередньо на місці (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Дивізійна структура управління компанії JTI

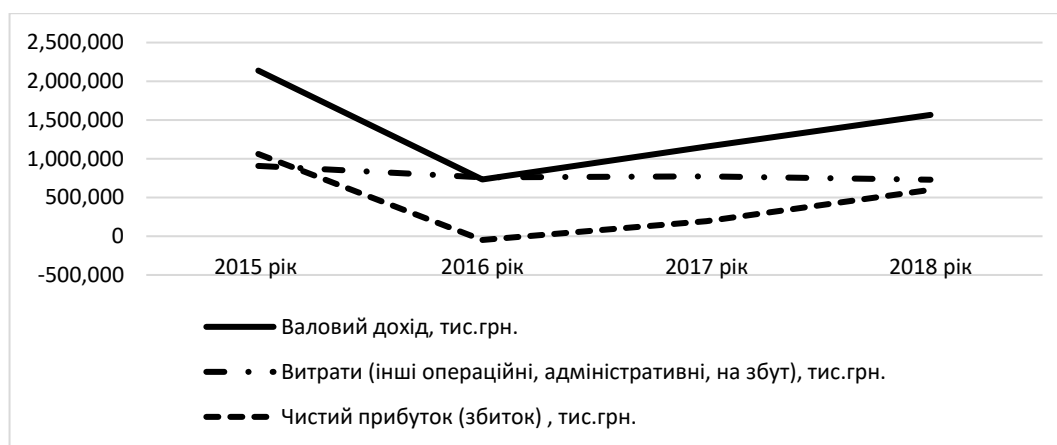
Джерело:[25]

Аналіз фінансового результату діяльності підприємства за 2015 – 2018рр. відображен у табл. 2.1. Виручка та валовий дохід підприємства у 2018р. у порівнянні з 2017р. зросли на 18% та 35%, відповідно, при збільшенні собівартості на 13%. Але протягом 2015 – 2018рр. виручка зросла лише на 8 % при значному зростанні собівартості аж на 26 %. При цьому відбулось значне поступове скорочення інших витрат за 4 роки - на 20 %. У результаті фінансовий результат, а внаслідок, і чистий прибуток мав різке падіння у 2017р. аж на 81% у порівнянні з 2015р. Але протягом 2018р. ситуація значно покращилась і прибуток виріс у 3 рази. Слід зазначити, що 2016 рік був збитковим (рис. 2.4).

**Таблиця 2.1. Показники фінансово-економічних результатів діяльності підприємства, тис.грн.**

Показники	Роки				Абсолютне відхилення		
	2015	2016	2017	2018	2018/2017	2018/2016	2018/2015
Чистий дохід від реалізації товарів	6 052 527	5 178 522	5 524 348	6 515 157	990 809	1 336 635	462 630
Собівартість реалізованих товарів	3 914 389	4 445 711	4 367 987	4 950 423	582 436	504 712	1 036 034
Валовий дохід	2 138 138	732 811	1 156 361	1 564 734	408 373	831 923	-573 404
Витрати (інші операц./, адмін., на збут)	907 665	759 802	773 290	729 709	-43 581	-30 093	-177 956
Фінансовий результат до оподаткування	1 264 751	-56 196	243 960	735 352	491 392	791 548	-529 399
Податок на прибуток	203 095	-8 065	48 608	136 386	87 778	144 451	-66 709
Чистий прибуток (збиток)	1 061 656	-48 131	195 352	598 966	403 614	647 097	-462 690

[Складено автором на основі Додатків А-К]



**Рис. 2.4. Динаміка зміни фінансового результату підприємства**

[Складено автором на основі табл. 2.1.]

Інформаційною базою аналізу фінансового стану є фінансова звітність (Додатки А - К).

Аналіз активу балансу за чотири роки показує, що підприємство здійснює поступове оновлення основних засобів шляхом придбання за власний рахунок (табл.2.2) та їх вартість збільшилась на 784,2 млн. грн. або на 39,8% (придбання засобів було здійснене саме у 2016р. та 2018р.). При цьому зменшується і вартість незавершених капітальних інвестицій на 37,6 млн.грн. (32%), тобто основні засоби, куплені раніше, були введені в експлуатацію.

**Таблиця 2.2. Оцінка майнового стану підприємства, тис. грн.**



Показники	Роки				Абсолютні показники		Відносні показники	
	2015	2016	2017	2018	2018/2017	2018/2015	2018/2017	2018/2015
Первісна вартість основних засобів, тис.грн: на початок року на кінець року	1 667 306 1 753 765	1 753 765 2 038 907	2 038 907 2 199 001	2 199 001 2 451 531	+252 530	+ 784 225	+11,5%	+ 39,8%
Знос на кінець року, тис.грн	779 243	870 300	1 005 752	1 176 380				
Коефіцієнт зносу	0,44	0,43	0,46	0,48	+0,02	+0,04	+4,3%	+9,1%
Коефіцієнт відновлення	0,09	0,24	0,13	0,20	+0,07	+0,11	+53,8%	+122,2%

[Складено автором на основі Додатків А-К]

Для аналізу майна підприємства застосовуються фінансові коефіцієнти, які розраховано за чотири роки та більш детально представлено у Додатку Л.

Протягом останніх років маємо тенденцію зростання коефіцієнту зносу, що свідчить про зношення основних засобів. Значне оновлення основних засобів відбулось у 2016р. та 2018р., про що свідчать коефіцієнти відновлення у розмірі 0,24 та 0,20.

Оцінка платоспроможності проводиться на основі характеристики ліквідності поточних активів. Під ліквідністю підприємства розуміють його здатність покривати зобов'язання активами, строк перетворення яких у грошові форму відповідає строку погашення зобов'язань.

Для оцінки платоспроможності розраховуються поточна ліквідність (коефіцієнт покриття), швидкої (термінової) ліквідності, абсолютної ліквідності та чистий оборотний капітал, і розрахунки більш детально представлено у Додатку Л

Коефіцієнт покриття показує, скільки грошових одиниць оборотних коштів припадає на кожен грошову одиницю короткострокових зобов'язань, і характеризує достатність оборотних коштів підприємства для погашення своїх боргів протягом періоду. Нормативним є значення в рамках 1-3, однак більш бажаним є значення 2-3. Показник на підприємстві свідчить про гарний стан платоспроможності, адже оборотних активів достатньо для того, щоб відповісти за поточними зобов'язаннями. Але слід зауважити, що протягом 2015-2017рр. була

тенденція до зниження поточної ліквідності з 5,0 до 1,9, що свідчило про погіршення ситуації. Ситуація поліпшилась у 2018р., про що свідчить зростання коефіцієнта до 2,9.

Коефіцієнт швидкої ліквідності дозволяє виявити скільки грошових одиниць ліквідних оборотних активів припадає на кожну грошову одиницю зобов'язань. Розрахунок показує, що у підприємства є можливість погашення поточних зобов'язань у разі виникнення критичних обставин, але він також знижувався останні роки, тільки у 2018р. показав поліпшення.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує негайну готовність підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість і він також мав тенденцію до зменшення, що було негативним явищем (крім 2018р.), до того ж воно пояснюється тим, що фінансова звітність робиться на кінець року, коли грошей на рахунках компанії завжди найменше, оскільки сплачуються кредитні зобов'язання за рік.

Чистий оборотний капітал характеризує спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання та розширювати подальшу діяльність. У 2015-2017 роках спостерігалось зменшення чистого оборотного капіталу, що також було негативним явищем в цілому, і тільки у 2018р. його розмір значно збільшився – у 2 рази (табл. 2.3).

**Таблиця 2.3. Аналіз ліквідності балансу підприємства**

Показники	Роки			
	2015	2016	2017	2018
Коефіцієнт поточної ліквідності	5,0	2,3	1,9	2,9
Коефіцієнт термінової ліквідності	3,4	1,8	1,6	2,3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2020	0,0080	0,0007	0,028
Чистий оборотний капітал, тис.грн.	2 477 312	2 211 821	1 383 725	2 960 407

[Складено автором на основі Додатків А-К]

Показники на підприємстві свідчать про гарний стан платоспроможності (рис.2.5), адже оборотних активів достатньо для того, щоб відповісти за поточними

зобов'язаннями, у підприємства є можливість погашення поточних зобов'язань у разі виникнення критичних обставин. Тенденція до зниження усіх показників протягом 2015-2017рр. зупинилась у 2018р., що свідчить про покращення ситуації.

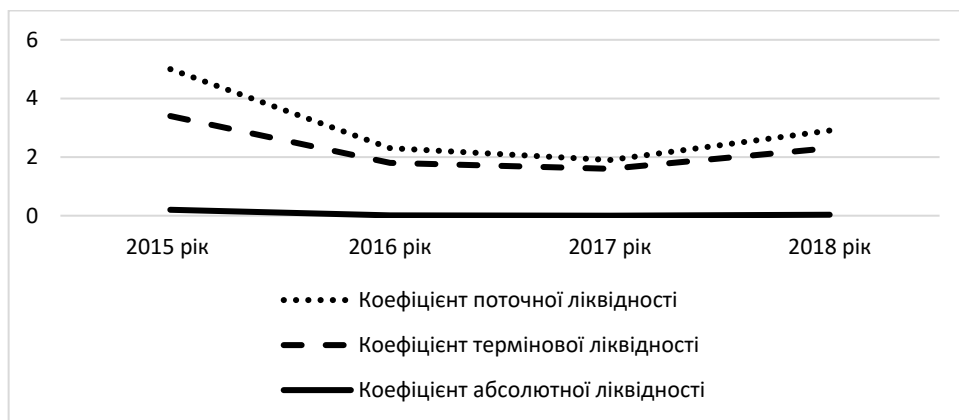


Рис. 2.5. Динаміка зміни показників платоспроможності підприємства

[Складено автором на основі табл. 2.3]

Для оцінки фінансової стійкості розраховуються коефіцієнти фінансової незалежності (автономії), забезпеченості власними оборотними засобами, маневреності власного капіталу.

Коефіцієнт фінансової незалежності відображає залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. На підприємстві значення коефіцієнту більше нормативного ( $>0,5$ ). Як бачимо, коефіцієнт мав негативну динаміку до зменшення до 2018р. Це призводило до зменшення числа зобов'язань, які підприємство могло виконати за рахунок використання власних коштів. Також при зменшенні цього показника збільшувалась залежність підприємства від залучених коштів. Протягом 2018р. коефіцієнт зріс на 25%, тобто залежність від запозичених коштів зменшилась, про що свідчить і зменшення суми короткострокових кредитів банків з 1,788 млрд. грн. до 0,495 млрд. грн. – у 3,6 рази.

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами (нормативне значення  $>0,1$ ) показує, яка частина матеріальних оборотних активів фінансується за рахунок засобів чистого оборотного капіталу. Показники мали тенденцію до зменшення до 2018р., але доволі високе їх значення говорить про фінансову

стійкість підприємства і здатність проводити активну діяльність навіть в умовах відсутності доступу до позикових коштів і зовнішніх джерел фінансування.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, яка його частина вкладена в оборотні засоби, а яка – капіталізована. Показник протягом років зростає, що є позитивним значенням, тобто частина капіталу, вкладена в оборотні засоби, весь час зростає. Це свідчить про достатність власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів і частини оборотних. Незначне його зменшення у 2018р., але в межах нормативного значення  $>0,1$ .

Результати розрахунків фінансової стійкості наведені в таблиці 2.4.

**Таблиця 2.4. Оцінка фінансової стійкості підприємства**

Показники	Нормативне значення	Роки			
		2015	2016	2017	2018
Коефіцієнт фінансової незалежності	$> 0,5$	0,85	0,67	0,59	0,74
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	$> 0,1$	4,01	1,28	0,89	1,94
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$> 0,1$	0,86	1,10	1,34	1,03

[Складено автором на основі Додатків А-К]

Таким чином оцінка фінансової стійкості показала, що протягом 2015-2017рр. ситуація погіршувалася, росла залежність від запозичених коштів. Однак все змінилось у 2018р. і підприємство мало здатність проводити діяльність за рахунок власних коштів.

Для оцінки ділової активності розраховуються коефіцієнти оборотності, строк погашення заборгованостей та фондівіддача.

Коефіцієнт оборотності активів характеризує ефективність використання підприємством всіх наявних ресурсів незалежно від джерел їх залучення. Позитивною тенденцією є збільшення значення коефіцієнта протягом періоду на 38,8 %, що означає збільшення ефективності використання наявних ресурсів.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства за період. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує швидкість обертання дебіторської

заборгованості підприємства за період. Обидва коефіцієнта мали тенденцію до зменшення у 2015 – 2017рр., що було негативним явищем, оскільки це означало зменшення строку погашення заборгованостей. Однак у 2018р. ситуація поліпшилась, а коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості зріс аж у 2 рази.

Фондовіддача показує ефективність використання основних засобів підприємства і також мала тенденцію до зниження, що свідчило про те, що знижувалась ефективність використання основних засобів на підприємстві. Ситуація у 2018р. поліпшилась, але не досягла рівня 2015р.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу показує ефективність використання власного капіталу підприємства. Суттєве зниження показника протягом 2016р. виявляє тенденцію до бездіяльності частини власних коштів. Але його подальше зростання означає підвищення ефективності використання капіталу, що говорить про оптимізацію роботи компанії в цій сфері.

Таким чином, аналіз ділової активності (табл. 2.5) показав негативну тенденцію протягом 2015-2017рр., коли майже усі показники зменшувались. Завдяки успішному 2018р. усі коефіцієнти показали зростання, тобто покращення ділової активності, але досягнення показників 2015р. підприємством не відбулося, окрім коефіцієнта оборотності активів, який показав ефективність використання підприємством всіх наявних ресурсів незалежно від джерел їх залучення.

**Таблиця 2.5. Оцінка ділової активності підприємства**

Показники	Роки				Відносні показники, %	
	2015	2016	2017	2018	2018/2017	2018/2015
Коефіцієнт оборотності активів	0,80	0,98	0,86	1,11	+38,75	+29,07
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	9,79	3,01	2,07	4,26	+105,80	-56,49
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	3,15	1,74	1,34	1,92	+43,28	-39,05
Фондовіддача	6,12	4,83	4,68	5,28	+12,82	-13,73
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,96	1,44	1,51	1,60	+5,96	-18,37

[Складено автором на основі Додатків А-К]

Рентабельність — це відносний показник ефективності виробництва. У загальному вигляді він розраховується як відношення прибутку до витрат, тобто є нормою прибутку. Розрахуємо наступні показники рентабельності: коефіцієнт рентабельності активів, рентабельності власного капіталу, рентабельності діяльності, рентабельності продукції (Додаток Л).

Рентабельність активів показує скільки прибутку припадає на 1 грн. активів. Аналіз показників рентабельності (табл.2.6) підтвердив значне покращення ефективності діяльності підприємства у 2018р. відносно 2017р., про що говорить їх зростання у 2-3 рази. Але рівень 2015р. ще не досягнут і зниження всіх показників рентабельності склало близько 50 %. При цьому 2016р. був збитковим (рис.2.6).

Таблиця 2.6. Показники рентабельності підприємства

Показники	Роки				Відносні показники, %	
	2015	2016	2017	2018	2018/2017	2018/2015
Коефіцієнт рентабельності активів	0,35	-0,01	0,04	0,12	200	-65,7
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,34	-0,01	0,05	0,15	200	-55,9
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,18	-0,01	0,04	0,09	125	-50
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,27	-0,01	0,05	0,12	140	-55,6

[Складено автором на основі Додатків А-К]

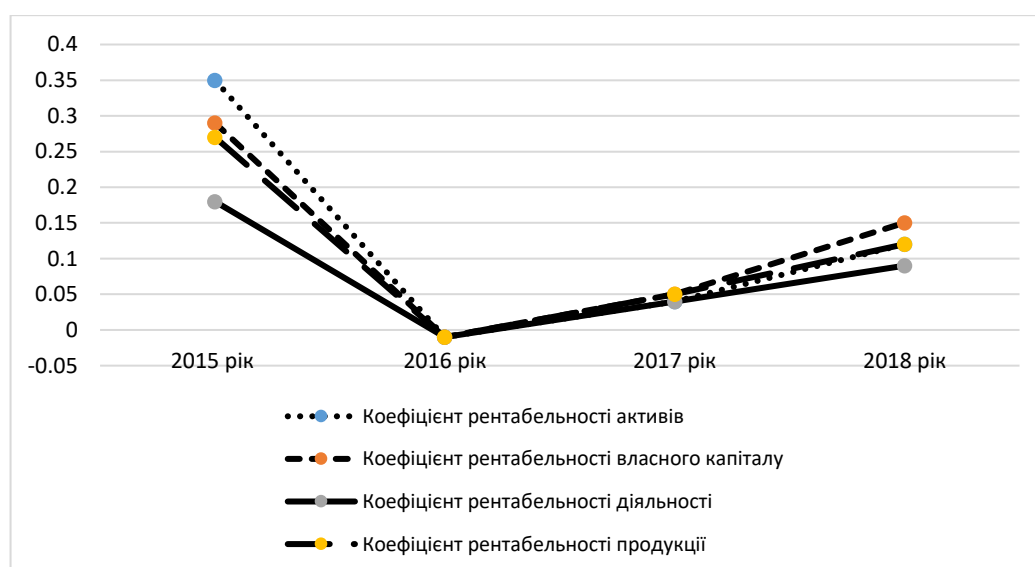


Рис. 2.6. Динаміка зміни показників платоспроможності підприємства

[Складено автором на основі табл.2.6]

## **2.2. Дослідження особливостей зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» входить до групи компаній JTI, яка є одним з провідних виробників тютюнових виробів у світі. На ринку України також працюють такі міжнародні компанії, як «Філіп Морріс» і «Брітіш Американ Тобакко», та вітчизняна Львівська тютюнова фабрика. Кожне підприємство виробляє продукцію своїх торгових марок. JTI в Україні виробляє більш ніж 90 брендів, як для внутрішнього ринку, так і на експорт, але основні глобальні флагманські бренди: Winston, Camel, Sobranie, LD, Monte Carlo, More, Winchester.

Тютюнові вироби – підакцизні товари і їх виготовлення має свої особливості. Податковим кодексом України передбачено маркування тютюнових виробів марками акцизного податку - спеціальними знаками. Наявність марок на výroбах підтверджує сплату акцизного податку, легальність ввезення та реалізації на території України цих виробів [26].

Виготовлення, зберігання та продаж марок акцизного податку здійснюється відповідно до окремого Положення, яке затверджується Кабінетом Міністрів України. Розміри марок для тютюнових виробів: довжина - 44 міліметри  $\pm$  0,25 міліметра, ширина - 20 міліметрів  $\pm$  0,25 міліметра. Розмір плати за одну марку акцизного податку для тютюнових виробів - 0,091 гривні [27].

Марки акцизного податку для експортної продукції ввозяться на митну територію України з інших країн.

На тютюнові вироби марки наклеюються на пачки сигарет та цигарок серійного виробництва, сигар, сигарил, а також цигарок, упакованих у сувенірні коробки (незалежно від їх розміру), - у такій спосіб, щоб марки обов'язково розривалися під час відкривання.

Виробники тютюнових виробів визначають потребу в марках акцизного податку з урахуванням планових щомісячних обсягів реалізації продукції.

Контроль за наявністю марок акцизного податку на пачках (упаковках) тютюнових виробів під час їх транспортування, зберігання та продажу здійснюють органи державної фіскальної служби.

На етикетках тютюнових виробів може бути подано додаткову інформацію щодо характеристики продукту. При цьому забороняється надання інформації, яка може вводити в оману або створювати неправильне враження щодо характеристик тютюнових виробів, їх впливу на здоров'я, уключаючи будь-який термін, напис, торговельну марку, зображення, символічний або будь-який інший знак, що прямо чи опосередковано створює помилкове враження про те, що визначений тютюновий виріб є менш шкідливим, ніж інші тютюнові вироби, у тому числі включати такі терміни, як "із низьким вмістом смол", "легкі", "суперлегкі", "ультралегкі" та їх аналоги іншими мовами.

Тютюнові вироби підлягають обов'язковій сертифікації в порядку та у строки, визначені законодавством України. Тютюнові вироби, що надходять до продажу, повинні бути з відповідними документами, наявність яких передбачена законодавством.

Діяльність підприємства підлягає ліцензуванню. На підприємстві діють наступні ліцензії:

- ліцензія на виробництво тютюнових виробів;
- ліцензія на право оптової торгівлі тютюновими виробами;
- ліцензія на право здійснення експорту тютюнових виробів;
- ліцензія на право здійснення імпорту тютюнових виробів.

Підприємство має право на комерційну таємницю. Наглядова рада підприємства встановлює склад та обсяг відомостей, що відносяться до конфіденційної інформації та/або становлять його комерційну таємницю, визначає коло осіб, що мають доступ до такої інформації, умови та порядок доступу (п.3.16 Статуту). Тому технічні, якісні характеристики та властивості тютюнової продукції є комерційною таємницею [23].

Особливості ЗЕД діяльності розглянемо через основні бізнес-процеси на підприємстві (рис.2.7).





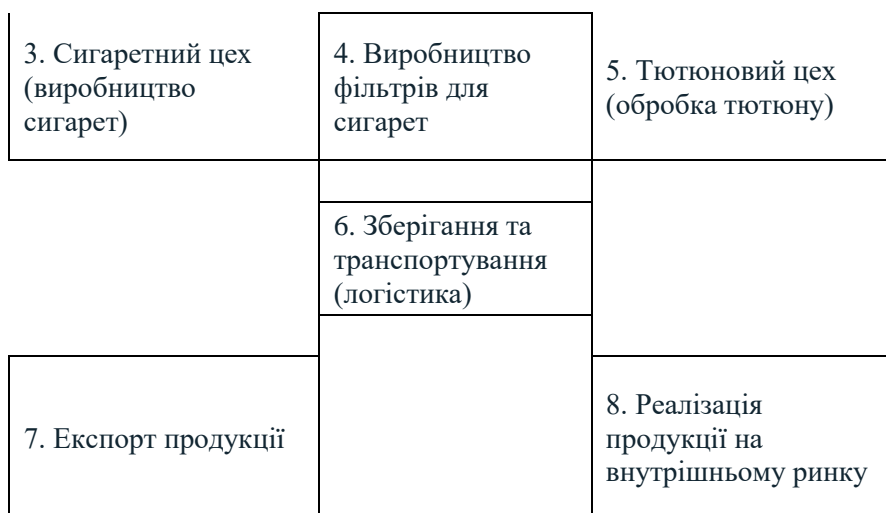


Рис. 2.7. Структура бізнес-процесу ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»

Джерело:[22]

1-2. Підприємство має найбільшу та найефективнішу глобальну мережу закупівлі тютюнових та нетютюнових матеріалів, обладнання, знає кожного з партнерів, враховує їхні потреби та пропонує унікальні комплексні рішення.

3-4. Виробництво сигарет і фільтрів для них для внутрішнього ринку та на експорт. Найсучасніше високотехнологічне обладнання та європейські стандарти управління якістю, охорони праці й екології забезпечують відповідність виробництва найкращим світовим практикам.

5. Обробка ті підготовка тютюну для виробництва сигарет.

6. Зберігання у складських приміщеннях протягом короткого часу, оскільки виробництво відбувається під наявні замовлення клієнтів і продукція одразу реалізується. Приміщення для зберігання тютюнових виробів сухі, чисті, з відносною вологістю повітря 60% ( $\pm 10\%$ ). Транспортування здійснюється шляхом використання послуг сторонніх організацій.

7-8. Продукція реалізується на внутрішньому ринку та на експорт. Оскільки JTI – міжнародна компанія, і ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» входить в цю міжнародну групу компаній, то експорт продукції в більшості відбувається в межах компанії, тобто своїм філіям у регіонах світу. А надалі просування тютюнових

виробів до кінцевого споживача в інших країнах є завданням місцевої компанії при застосуванні місцевої мережі оптової та роздрібної торгівлі.

Для експорту продукції за межі груп компаній JTІ проводиться ретельний відбір та оцінка іноземного партнера шляхом:

- пошука дистриб'юторів через мережу Internet, знайомства з їх діяльністю;
- рекомендацій клієнтів, репутацій серед клієнтів, персональних зустрічей;
- охоплення ринку (наприклад, деякі дистриб'ютори не мають прав на продаж у деяких країнах);
- оцінки запасів та складських приміщень (можливість зберігати тютюнові вироби при необхідних умовах);
- аналізу фінансової надійності, яку можна перевірити за допомогою перевірки банківських реквізитів та надійності банку утримувача;
- аналізу відносних показників, які дозволяють оцінити фінансову стійкість підприємства.

До експортно-імпортних операцій з тютюновими виробами запроваджується режим ліцензування. Ліцензії видаються Міністерством економічного розвитку і торгівлі України окремо на імпорт і експорт продукції терміном на 5 років, а плата за них справляється щорічно [29].

ЗЕД підприємства здійснюється на основі зовнішньоекономічних договорів (контрактів), які юридично закріплюють відносини між партнерами, надаючи їм характер обов'язків, виконання яких захищено законом. Вони визначають порядок, способи і послідовність здійснення дій партнерами, передбачають способи забезпечення обов'язків. Більшість договорів складені на англійській та українській мовах, є і на 3-х языках та повністю відповідають вимогам законів України та міжнародним договорам [6]. Окрім основних пунктів договору на експорт тютюнової продукції мають окремий пункт стосовно марок акцизного збору, оскільки тютюнова продукція – підакцизна і в країнах-імпортерах.

Усі експортовані, імпортовані товари переміщуються через митний кордон України під митним контролем. Важливим моментом митного оформлення є визначення митної вартості товару, яка є основою для установлення розміру мита.

При цьому використання державою того чи іншого порядку розрахунку мита може збільшити чи зменшити суму митних платежів.

Зараз встановлені наступні ставки ввізного мита на тютюнову сировину (табл.2.7), експортні операції мають 0 митну ставку.

**Таблиця 2.7. Ставки імпортного мита на тютюн і промислові замітники тютюну**

Код	Назва	Ставки мита		
		Преференційна	пільгова	повна
2401	Тютюнова сировина; тютюнові відходи:		1%	1%
2403	Інший тютюн промислового вироб-ва та його замітники, "відновлений" тютюн; тютюнові екстракти		1,8 євро за 1 кг	1,8 євро за 1 кг

Джерело: [31]

Тютюнова сировина є також підакцизним товаром і ставка акцизного податку зараз складає 871,38 грн. за 1 кг, експортні поставки мають пільгову ставку 0.

Для визначення митної вартості товарів, що імпортуються, в основному використовують ціну угоди. Якщо це зробити неможливо, то береться ціна угоди щодо ідентичних або подібних товарів. При договорі купівлі-продажу митна вартість експортних товарів визначається на основі ціни, яка підлягає сплаті за ці товари на момент перетинання митного кордону України. Основним документом, який використовується для декларування товарів і транспортних засобів, є вантажна митна декларація (ВМД). Оформлена ВМД підтверджує права та обов'язки суб'єкту ЗЕД щодо здійснення ним відповідних правових, фінансових, господарських та інших дій.

Враховуючи географічне розміщення виробничих потужностей підприємства транспортне забезпечення зовнішньоекономічних угод має велике значення. Товар не може бути доставленим до іншої країни без використання транспортних засобів. Усі імпортні та експортні поставки на підприємстві здійснюються з виростанням або лише автомобільним транспортом, або суміщенням його з морським та повітряним транспортом. Для морських перевезень

використовують порт у м. Одеса та м. Іллічівськ, а для повітряних – аеропорт м. Бориспіль. Перевозять тютюнові вироби критими транспортними засобами, які повинні бути сухими, чистими без стороннього запаху. Ящики з тютюновими виробами розміщуються на піддонах, брусках або інших конструкціях (пристроях) на висоті не менше ніж 10 см від підлоги з проміжками для циркуляції повітря в штабелях висотою, що унеможливило деформацію нижнього ящика. Відстань від штабеля до джерела тепла та стін повинна бути не менше 1 м.

Транспортні витрати істотно впливають на контрактну ціну товару.

Для чіткого визначення обов'язків сторін, зменшення ризику юридичних ускладнень, спрощення процесу розробки та укладання ЗЕД контракту був розроблен універсальний набір базових умов – International Commercial Terms, остання редакція яких вступила в дію 01.01.2011р. Для експортних договорів підприємства характерно узгодження оптимальних базисних умов поставок відповідно до Правил «Інкотермс 2010» (табл.2.8).

**Таблиця 2.8. Розподіл обов'язків продавця і покупця відповідно «Інкотермс 2010»**

	Пакування на складі продавця	Навантаження на транспорт	Доставка до основн. транспорту	Експортні формальності	Страхування основн. перевезення	Навантаження на основний транспорт	Оплата основн. транспорту	Розвантаження з основн. Транспорту	Імпортні формальності	Доставка від основн. транспорту	Розвантаження на складі покупця
FCA	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.
CIP	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.
DAP	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пр.	Пок.	Пок.	Пок.	Пок.

Джерело: [30]

Більшість поставок здійснюється на умовах FCA (франко-перевізник), а саме FCA-Кременчук, тобто зобов'язання продавця по поставці товару вважаються виконаними після того, як він передав товар перевізнику – при завантаженні зі складу у місці виробництва. Це означає, що підприємство несе лише витрати на навантаження, доставку до основного транспорту та експортні митні процедури. На умовах FCA-Кременчук здійснюється експорт до Мексики, країн Азії, Африки та Близького Сходу.

Експорт до Росії, Молдови та країн Кавказу на підприємстві здійснюється на умовах CIP (перевезення і страхування оплачені до). Базова умова CIP означає,

що продавець здійснює поставку товару шляхом його передання перевізнику, призначеному ним самим. Додатково до цього продавець зобов'язаний оплатити витрати перевезення товару до названого місця призначення, забезпечити страхування на користь покупця проти ризику втрати чи пошкодження товару під час перевезення.

Поставки продукції до країн Європи здійснюються на умовах DAP (постачання в пункті). Термін DAP означає, що продавець здійснив поставку, коли товар надано в розпорядження покупця на транспортному засобі, що прибув в узгоджене місце призначення і готовий до розвантаження. Продавець несе всі ризики, пов'язані із доставкою товару у визначене місце.

При складанні контракту велике значення має правильне визначення валютно-фінансових і платіжних умов, які регулюють розрахунки між контрагентами. Від них залежить ефективність зовнішньоторговельних операцій, своєчасне отримання платежів, виконання обов'язків за контрактом, страхування сторін від валютних ризиків. Тому підприємство уважно слідкує за станом міжнародних валютних ринків, за коливанням валютних курсів, за валютно-фінансовим станом свого контрагента.

Вибір підприємством валютно-фінансових умов контракту залежить від характеру економічних та політичних відносин між країнами, наявності або відсутності міждержавних угод, традицій та звичаїв торгівлі (особливо при експорті тютюновими виробами), суми витрат на проведення платежу через банк.

Оскільки від правильного вибору валюти ціни та валюти платежу залежить валютна рентабельність контракту, усі експортні ціни на підприємстві розраховуються у більш стійкій валюті – доларах США і майже усі валютні надходження за продукцію відбуваються саме у доларах США. Валютою платежу по більшості імпортних контрактам виступає валюта країни-імпортера. При цьому характерне встановлення у контрактах твердої ціни, тобто у момент підписання контракту фіксується конкретна цифра, яка не підлягає зміні протягом усього терміну його дії і не залежить від термінів і порядку постачання товару.

Для імпорتنих контрактів на підприємстві характерне узгодження термінів оплати за поставки товарів у межах 30 – 60 календарних днів від дати виставленого інвойса на оплату або 30 днів від дати розмитнення, тобто дати вантажно-митної декларації (ВМД), шляхом банківського переказу. Терміни оплати залежать від віддаленості постачальника та часу на транспортування вантажу.

Для експортних контрактів на підприємстві характерне узгодження термінів оплати за поставки товарів у межах 60 – 90 календарних днів від дати виставленого інвойса в день відвантаження продукції також шляхом банківського переказу.

У процесі аналізу виконання зобов'язань за контрактами з іноземними партнерами не було виявлено прострочених (табл.2.9). Структурно характер заборгованості з нерезидентами змін не зазнав, тобто основними постачальниками сировини для виробництва є нерезиденти. Оцінка кількості рекламаций показала достатній рівень якості та надійності поставок експортної продукції. Присутні претензії від перевізників стосовно простою автомобільного транспорту при завантаженні.

**Таблиця 2.9. Стан розрахунків з нерезидентами на підприємстві 2015-2018рр.**

Роки	Заборгованість з нерезидентами за товари, послуги на кінець року, тис. грн.			% до загальної заборгованості за продукцію, товари, послуги
2015	Дебіторська	Всього	395 566,8	22,2
		Прострочена	-	
	Кредиторська	Всього	402 611,1	90,8
		Прострочена	-	
2016	Дебіторська	Всього	320 891,8	11,6
		Прострочена	-	
	Кредиторська	Всього	445 980,9	90,3
		Прострочена	-	
2017	Дебіторська	Всього	411 114,1	11,3
		Прострочена		
	Кредиторська	Всього	490 628,3	89,6
		Прострочена		
2018	Дебіторська	Всього	556 213,6	18,5
		Прострочена		
	Кредиторська	Всього	556 363,5	80,2
		Прострочена		

[Складено автором на основі статистичної звітності]

По імпортним поставкам доволі значна кількість претензій стосується якості отриманих сировинних матеріалів та комплектуючих до обладнання. Це

пов'язано з особливими умовами транспортування сировини (вологість та інші) тютюнових та нетютюнових матеріалів.

Проведений аналіз обсягів реалізації продукції, товарів, послуг на підприємстві (табл. 2.10) протягом останніх чотирьох років показав перевищення обсягів реалізації за межами території України над внутрішніми на 4,4 % у 2018р. (у 2016р. – на 6,2 %) та незначне коливання долі експорту ( $\pm 2\%$ ) у загальному обсязі реалізації.

Протягом 2018р. характерне значне зростання долі експорту на 5,3 %. Аналіз структури реалізації за останні роки показав зростання експорту нетютюнових матеріалів на 788 млн. грн., при цьому його доля зросла з 16,6 % у 2015р. до 37,3 % у 2018р., тобто майже на 21 %. Це говорить про зниження обсягів реалізації за межи країни тютюнових виробів та зростання обсягів реалізації нетютюнових виробів (напівфабрикатів для виготовлення тютюнових виробів на інших фабриках в межах групи компаній JTІ).

**Таблиця 2.10. Обсяги реалізації продукції на підприємстві 2015-2018рр.**

Показники	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік	
	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%
Обсяг реалізації продукції, товарів, послуг (без ПДВ та акцизу)	6036,4	100,0	5159,5	100,0	5497,3	100,0	6440,5	100,0
в т.ч. на території	2905,9	48,1	2261,3	43,8	2795,9	50,9	2938,9	45,6
в т.ч. за межи території	3130,5	51,9	2898,2	56,2	2701,4	49,1	3501,6	54,4
в т.ч. експорт тютюнових виробів	2612,0	83,4	2264,1	78,1	1785,0	66,1	2195,1	62,7
в т.ч. експорт нетютюнових виробів	518,5	16,6	634,1	21,9	916,4	33,9	1306,5	37,3

[Складено автором на основі статистичної звітності]

Експортна продукція поставляється в різні країни, але найбільші поставки протягом останніх двох років відбулися до Грузії, Молдови, Швейцарії, Польщі та Російської Федерації (рис. 2.8).

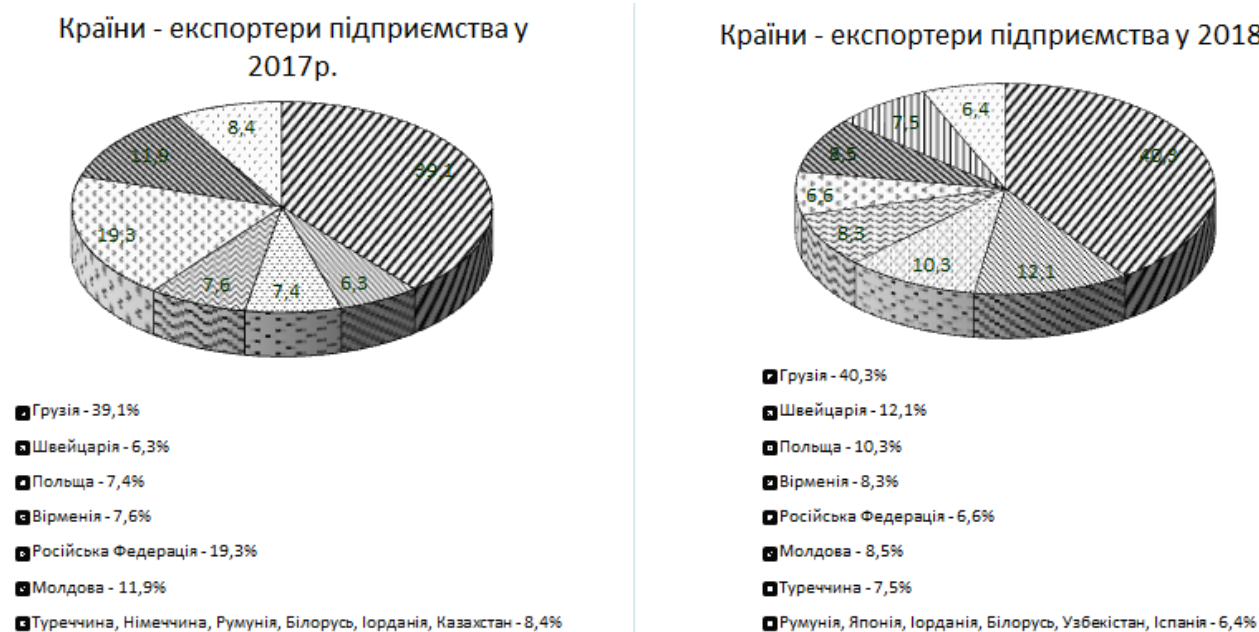


Рис. 2.8. Географічна структура експорту на підприємстві 2017-2018рр.

[Складено автором на основі статистичної звітності]

При цьому у 2018р. збільшились у 2 рази поставки до Швейцарії, зросли на 40 % поставки до Польщі та окрему долю у експорті стала займати Туреччина – 7,4 %. Однак протягом 2018р. характерне скорочення відвантажень майже у 3 рази до Російської Федерації – з 19,3 % загального обсягу експорту до 6,6 % та доволі різке скорочення обсягів експорту до Молдови – 11,9% до 8,5 %. Підприємство у 2018р. здійснило пробний вихід на ринок Іспанії, Японії, Узбекистану та Казахстану.

Проведений аналіз товарної та географічної структури експорту тютюнових виробів (сигарет) на підприємстві у кількісному вираженні (табл.2.11) підтверджує зниження обсягів реалізації протягом 2015-2017рр. на експорт сигарет, яке склало 2303 млн.шт. або 24,8 %. Лише у 2018р. відбулось зростання обсягів їх експорту завдяки виходу на ринок Йорданії, збільшення відвантаження у 2,5 рази на ринок Мексики та у 1,2 рази на ринок Азербайджана. Тому взагалі за останні чотири роки експорт скоротився тільки на 715,3 млн. шт. сигарет або на 7,7 %. При цьому географія поставок значних змін не зазнала. Основними експортними ринками сигарет були і залишаються країни Кавказу – Азербайджан, Вірменія, Грузія та Молдова. Протягом 2015-2018рр. зростає кількість експортованих усіх флагманських брендів сигарет до Азербайджану (на 970,6 млн.шт.) та Вірменії (на



277,9 млн.шт.), однак значно зменшились поставки до Грузії – на 1784,3 млн.шт. та Молдови – на 140,3 млн.шт. сигарет. Спроби вийти на ринки Анголи, Південної Кореї, Об'єднаних Арабських Еміратів, Гвінеї та Саудівської Аравії не увінчалися успіхом, і поставки сигарет були майже припинені.

Стосовно імпорتنих поставок характерна співпраця з компаніями в межах групи компаній JTI, оскільки JTI є власником підприємств-виробників тютюнового листа, і глобальними постачальниками нетютюнових матеріалів, специфічних для тютюнової промисловості. Основна маса імпорتنих поставок – сировина для виробництва тютюнових виробів, доля яких складала від 90,4 % у 2015р. до 76,9 % у 2018р. від загального обсягу матеріальних витрат підприємства (табл. 2.12). Таке скорочення долі матеріальних витрат на виробництво тютюнових виробів (сигарет) підтверджує зниження їх обсягів і нарощування обсягів виготовлення інших виробів. При цьому розмір матеріальних витрат в грошовому еквіваленті протягом чотирьох років зростав (майже на 20 %) по причині підвищення їх вартості та роста курсу валют.

**Таблиця 2.11. Географічна структура експорту тютюнових виробів на підприємстві 2015-2018рр.**

Марки сигарет	Експорт сигарет, млн.шт.												
	Азербайджан	Грузія	Вірменія	Молдова	Росія	Півд. Корея	Анго-ла	ОАЕ	Гвінея	Йорданія	Мексика	Сауд. Аравія	Всього
Camel	14,2	293,4	15,1	77,7		141,5							541,9
Glamour				35,0									35,0
LD	1948,1		111,9	61,9					9,1				2131,1
Magna		307,1											307,1
Monte Carlo			118,9	41,0					72,8				232,7
Sobranie	221,8		4,5										226,3
Winston	1134,4	2517,6	633,5	638,7									4924,2
Інші	67,3				193,0		296,8	171,4				166,7	895,1
<b>2015 рік</b>	<b>3385,8</b>	<b>3118,1</b>	<b>883,8</b>	<b>854,2</b>	<b>193,0</b>	<b>141,5</b>	<b>296,8</b>	<b>171,4</b>	<b>81,9</b>			<b>166,7</b>	<b>9293,2</b>
Camel	7,5	411,4	14,5	105,9		325,7							865,0
Glamour				32,6									35,0
LD	615,5		76,5	58,9					7,0				757,9
Magna		265,3											265,3
Monte Carlo			120,4	68,9					126,7				316,0
Sobranie	81,1	14,1		4,5									99,7
Winston	500,1	1262,0	692,1	527,5						11,8	112,0		3105,6
Інші	2546,3	38,3			582,0	3,0	99,7	382,6	16,8	75,1		192,8	3936,6
<b>2016 рік</b>	<b>3750,5</b>	<b>1991,1</b>	<b>903,5</b>	<b>798,3</b>	<b>582,0</b>	<b>328,7</b>	<b>99,7</b>	<b>382,6</b>	<b>150,5</b>	<b>86,9</b>	<b>112,0</b>	<b>192,8</b>	<b>9380,9</b>
Camel	11,9	136,3	11,1	114,8		188,8					75,8		538,7
Glamour				32,5									32,5
LD	850,3		49,9	213,4									1113,6
Magna		142,1											142,1
Monte Carlo			112,4	67,6									179,9
Sobranie	196,0		21,9	2,5									220,5
Winston	742,2	915,4	624,6	553,7						26,4	156,4		3018,7
Інші	1729,6					8,7			0,7			5,1	1744,1
<b>2017 рік</b>	<b>3530,0</b>	<b>1193,8</b>	<b>820,0</b>	<b>984,4</b>	<b>0,0</b>	<b>197,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,7</b>	<b>26,4</b>	<b>232,2</b>	<b>5,1</b>	<b>6990,2</b>
Camel	17,5	147,3	10,5	109,3							420,1		704,6
Glamour				30,1									30,1
LD	1121,7		43,1	114,5						414,8			1694,2
Magna		116,1											116,1
Monte Carlo			114,7										114,7
Sobranie	362,4	117,1	44,6	7,0									531,1
Winston	1102,5	922,9	948,8	453,1						14,9	159,4		3601,5
Інші	1752,2	30,5				3,0							1785,7
<b>2018 рік</b>	<b>4356,4</b>	<b>1333,8</b>	<b>1161,7</b>	<b>713,9</b>	<b>0,0</b>	<b>3,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>429,7</b>	<b>579,4</b>	<b>0,0</b>	<b>8577,9</b>

[Складено автором на основі статистичної звітності]

Таблиця 2.12. Матеріальні витрати за видами продукції на підприємстві 2015-2018рр.

Показники	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік	
	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%
Матеріальні витрати та витрати на послуги, використані у виробництві:	4078,3	100	4504,4	100	4335	100	4827,1	100
тютюнових виробів	3685,8	90,4	4009,5	89,0	3575,3	82,5	3713,8	76,9
інших виробів	392,5	9,6	494,9	11,0	759,7	17,5	1113,3	23,1
Транспортні послуги	160,9		126,9		89,5		107,4	

[Складено автором на основі статистичної звітності]

Аналіз географії імпорتنних поставок показав, що основна країна – імпортер це Швейцарія (рис. 2.9). Протягом 2015-2018рр. її доля в загальному обсязі імпорту зменшилась на 24%, але залишається найбільшою – 56,5 %.

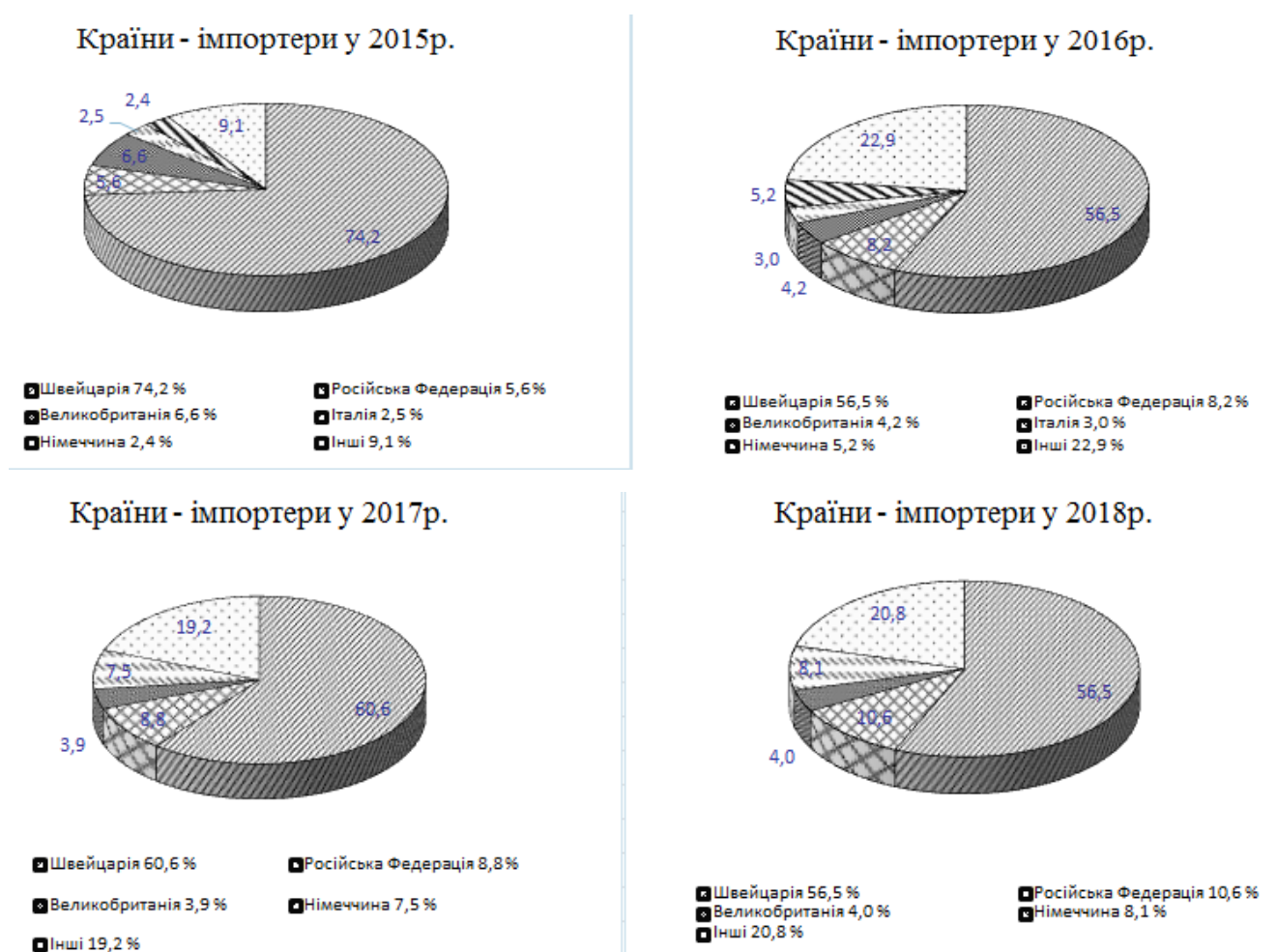


Рис. 2.9. Географічна структура імпорту на підприємстві 2015-2018рр.

[Складено автором на основі статистичної звітності]

Характерне значне зростання на 20 % долі імпорتنних поставок з Російської Федерації, чому сприяє її географічне положення та наближеність країни. Усі інші країни-імпортери займають стабільні місця у загальних обсягах поставок, при

цьому для підприємства характерна довгострокова співпраця з постачальниками в цих країнах. Це пояснюється тим, що діяльність підприємства залежить від імпорту сировини, напівфабрикатів.

### **2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Економічну ефективність реалізації ЗЕД доцільно визначати, виходячи з фактичної результативності окремої операції в ЗЕД підприємства. Розрахунок економічної ефективності проводився шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту. Результат – грошова, вартісна оцінка отриманого прибутку для підприємства (грошові надходження за відправленій продукцію, вартість отриманого товару), витрати – грошова вартісна оцінка виробничих ресурсів, які залучалися у господарський обіг (вартість сировини, матеріалів, трудових ресурсів та інші).

На рівні підприємства економічна ефективність зовнішньоекономічної операції – ступінь збільшення доходу від цих операцій. Головним критерієм економічної ефективності є прибуток.

Для загальної характеристики експортної діяльності підприємства використовуємо показник економічної ефективності усього експорту ( $E_{\text{екс.}}$ ), який розраховується за формулою (2.1):

$$E_{\text{екс.}} = \frac{\text{Виручка від експорту}}{\text{Повні витрати на експорт}}, \quad (2.1),$$

Цей показник ефективності експорту свідчить про те, наскільки ефективно підприємство проводить свою експортну діяльність (табл. 2.13).

Також розрахуємо показник ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку ( $E_{\text{ек.вн.рин.}}$ ) за формулою (2.2):

$$E_{\text{ек.вн.рин.}} = \frac{\text{Виручка від експорту за внутр.цінами}}{\text{Повні витрати на експорт}} = \frac{Q_{\text{екс.}} \times Ц_{\text{вн.}}}{ПВ}, \quad (2.2),$$

де  $Q_{\text{екс.}}$  – обсяг експорту у натуральному виразі, од.;

$Ц_{\text{вн.}}$  – ціни на продукцію, аналог експортованої, на внутрішньому ринку, грн.;

$ПВ$  – витрати на виробництво експортної продукції, грн.

Таблиця 2.13. Розрахунок економічної ефективності експорту у 2015-2018р.

Показники	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Виручка від експорту у цінах внутрішнього ринку, млн.грн.	9391,5	8694,6	8104,2	10504,8
Виручка від експорту, млн.грн.	3130,5	2898,2	2701,4	3501,6
Витрати на експорт, млн.грн.	2530,8	2429,0	2226,5	2988,2
Ефективність реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку	3,71	3,58	3,64	3,52
Економічна ефективність експорту	1,24	1,19	1,21	1,17

[Складено автором на основі даних підприємства]

Розрахунок та аналіз показника економічної ефективності експорту показав, що експортна діяльність на підприємстві доволі ефективна ( $E_{\text{екс.}} > 1$ ), але протягом 2015-2018рр. показник знизився на 6 % з 1,24 до 1,17. Також слід відзначити, що реалізація експортної продукції за цінами внутрішнього ринку більш вигідна порівняно з реалізацією за межі країни за експортними цінами, про що свідчить перевищення показника ефективності реалізації експортних товарів на внутрішньому ринку майже у 3 рази. Хоча і характерне його зниження. Однак порівняв обидва показники не можна сказати, що експорт на підприємстві не є ефективним. Річ у тому, що ціна продукції на внутрішньому ринку враховує велику долю акцизного податку, а експорт підакцизного товару має пільгу рівную 0. Тому для підприємства вигідно експортувати продукцію, оскільки вона має пільги з акцизного податку та податку на додану вартість.

Для визначення ефективності ЗЕД важливо знати валютну ефективність окремих експортних та імпорتنих операції [18]. Розраховується валютна ефективність експортної поставки ( $E_{\text{вал.екс.пост.}}$ ) за формулою (2.3):

$$E_{\text{вал.екс.пост.}} = \frac{\sum_{i=1}^m \text{Ц}_{\text{в.е.}} \times Q_{\text{е.}}}{\sum_{i=1}^m \text{В}_{\text{е.}} \times Q_{\text{е.}}}, \quad (2.3),$$

де  $\text{Ц}_{\text{в.е.}}$  – валютна ціна  $i$ -го експортного товару, вал.од./од.;

$Q_{\text{е.}}$  – обсяг експорту  $i$ -го товару, натур.од.;

$\text{В}_{\text{е.}}$  – витрати на виробництво та реалізацію одиниці  $i$ -го товару, вал.од./од.;

$m$  – кількість найменувань експортних товарів.

Розрахуємо ефективність для окремих поставок партій сигарет деяких марок для різних ринків у 2018р. (табл. 2.14). Поставки у коробах, загрузка одного автомобіля – приблизно 1200 коробів, 1 короб – 500 пачок.

Таблиця 2.14. Розрахунок валютної ефективності поставок сигарет у 2018р.

Торгові марки сигарет	Грузія			Молдова			Мексика			Йорданія		
	Ціна за пачку, \$	Кількість у партії, короб	Загальні витрати на пачку, \$	Ціна за пачку, \$	Кількість у партії, короб	Загальні витрати на пачку, \$	Ціна за пачку, \$	Кількість у партії, короб	Загальні витрати на пачку, \$	Ціна за пачку, \$	Кількість у партії, короб	Загальні витрати на пачку, \$
Sobranie Blue	0,420	200	0,390	0,440	200	0,400						
Camel Blue	0,250	400	0,230	0,216	500	0,200	0,222	600	0,202			
Winston Blue	0,212	600	0,200	0,233	500	0,2126	0,287	600	0,293	0,31	1200	0,325
Показники ефективності експорту												
	Торгової марки	Поставки		Торгової марки	Поставки		Торгової марки	Поставки		Торгової марки	Поставки	
Sobranie Blue	1,08	1,07		1,10	1,09			1,02			0,95	
Camel Blue	1,09			1,08			1,10					
Winston Blue	1,06			1,09			0,98			0,95		

[Складено автором на основі даних підприємства]

$$\text{Е в.е. поставки (Грузія)} = \frac{0,42 \cdot 500 \cdot 200 + 0,25 \cdot 500 \cdot 400 + 0,212 \cdot 500 \cdot 600}{0,39 \cdot 500 \cdot 200 + 0,23 \cdot 500 \cdot 400 + 0,2 \cdot 500 \cdot 600} = 1,07$$

$$\text{Е в.е. поставки (Молдова)} = \frac{0,44 \cdot 500 \cdot 200 + 0,216 \cdot 500 \cdot 500 + 0,23 \cdot 500 \cdot 500}{0,4 \cdot 500 \cdot 200 + 0,2 \cdot 500 \cdot 500 + 0,21 \cdot 500 \cdot 500} = 1,09$$

$$\text{Е в.е. поставки (Мексика)} = \frac{0,222 \cdot 500 \cdot 600 + 0,287 \cdot 500 \cdot 600}{0,202 \cdot 500 \cdot 600 + 0,293 \cdot 500 \cdot 600} = 1,02$$

$$\text{Е в.е. поставки (Йорданія)} = \frac{0,31 \cdot 500 \cdot 1200}{0,325 \cdot 500 \cdot 1200} = 0,95$$

Аналіз валютної ефективності експортної поставки показав, що поставки до Грузії та Молдову ефективні і достатньо прибуткові, 7 % та 9 % відповідно. Стосовно поставки до Мексики слід зауважити, що валютна ефективність експорту сигарет Winston Blue дорівнює 0,98 (нижче 1), але підсумково завдяки сигаретам Camel Blue поставка стала прибутковою. Чого не скажеш про поставку до Йорданії, яка виявилася неефективною з показником 0,95.

Купівельна сила валюти та коливання валютних курсів іноземної валюти мають великі наслідки: підвищення курсу національної валюти веде до збитків експортера і навпаки, зниження курсу забезпечує експортеру додатковий прибуток.

Валютна ефективність імпорту (Е в.і.) розраховується за формулою (2.4):

$$E_{в.і.} = \frac{\sum_{j=1}^n C_{р.в.} \times Q_i}{\sum_{j=1}^n C_i \times Q_i}, \quad (2.4),$$

де  $C_{р.в.}$  – ціна j-го товару на внутрішньому ринку, грн./од.;

$Q_i$  – обсяг імпорту j-го товару, натур.од.;

$C_i$  – валютна ціна (ціна придбання) одиниці j-го товару, вал.од./од.;

n – кількість найменувань імпортованих товарів.

Валютну ефективність імпорту на підприємстві розрахувати неможливо, оскільки для цього потрібно мати ціну подібного імпортованому товару на внутрішньому ринку, але такого немає ввиду специфічності використовуваних видів сировини, матеріалів та обладнання.

Основою експорту підприємства є саме експорт сигарет, то розрахуємо його економічну ефективність (табл. 2.15) та вплив на неї факторів: експортної ціни, обсягів реалізованої продукції, рівня накладних витрат та собівартості одиниці товару.

**Таблиця 2.15. Розрахунок ефективності експорту сигарет у 2015-2018рр.**

Показники	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Обсяг експорту сигарет, млн.шт.	9293,2	9380,9	6990,2	8577,9
Середня ціна пачки сигарет, грн.	5,62	4,83	5,11	5,12
Середня ціна 1 сигарети, грн.	0,28	0,24	0,26	0,26
Середня собівартість пачки сигарет, грн.	3,65	4,16	4,06	3,94
Середня собівартість 1 сигарети, грн.	0,15	0,17	0,18	0,17
Виручка від реалізації сигарет на експорт, млн.грн.	2610,8	2263,5	1785,6	2195,5
Собівартість експортних сигарет, млн.грн.	1394,0	1594,8	1258,2	1458,2
Накладні витрати на експорт сигарет, млн.грн.	500,4	456,6	159,4	230,3
Ефективність експорту сигарет	1,378	1,103	1,260	1,300

[Складено автором на основі даних підприємства]

У даному випадку проведемо зіставлення виручки до повних витрат на експорт сигарет за формулою (2.5):

$$E_{ек.сигарет} = \frac{Q_{екс.сиг.} \times C_{серед.сиг.}}{Q_{екс.сиг.} \times C_{сиг.} + H}, \quad (2.5),$$

де  $Q_{екс.сиг.}$  – обсяг продажу сигарет на експорт за рік, млн.шт.;

Ц серед.сиг. – середня ціна 1 сигарети, грн.;

С сиг. – собівартість 1 сигарети, грн.;

Н – накладні витрати на експорт сигарет, млн.грн.

За результатами аналізу можна дійти висновку, що ефективність експорту сигарет у збитковий 2016р. знизилась на 28 % у порівнянні з 2015р., а протягом наступних трьох років поступово збільшувалась, але не досягла рівня 2015р.

Вплив усіх складових на показник ефективності визначимо прийомом «ланцюгових підстановок». Для визначення ступеня залежності ефективності експорту від всіх факторів за рік зробимо послідовну підстановку всіх показників року в розрахунок ефективності експорту за попередній рік.

Вплив усіх факторів на показник ефективності експорту сигарет у 2016р.:

$$1. \quad \text{Зміна обсягу продажів: } E = \frac{Q_0 \times C}{Q_0 \times C + H} = \frac{9380,9 \times 0,28}{9380,9 \times 0,15 + 500,4} = 1,382$$

Отже, при збільшенні обсягу продажів у 2016р. до 9380,9 млн.шт.сигарет, показник ефективності зріс на 0,3 %.

$$2. \quad \text{Середній рівень цін: } E = \frac{Q \times C_0}{Q \times C + H} = \frac{9293,2 \times 0,24}{9293,2 \times 0,15 + 500,4} = 1,184$$

Зменшення ціни призвело до зменшення ефективності експорту на 19,2 %.

$$3. \quad \text{Зміна собівартості: } E = \frac{Q \times C}{Q \times C_0 + H} = \frac{9293,2 \times 0,28}{9293,2 \times 0,17 + 500,4} = 1,255$$

Таким чином, збільшення витрат на виробництво сигарет на 200,8 млн.грн. призвело до зниження ефективності експорту на 12,1 %.

$$4. \quad \text{Зміна накладних витрат: } E = \frac{Q \times C}{Q \times C + H_0} = \frac{9293,2 \times 0,28}{9293,2 \times 0,15 + 456,6} = 1,411$$

При зменшенні накладних витрат ефективність експорту зросла на 3,5 %.

Вплив усіх факторів на показник ефективності експорту сигарет у 2017р.:

$$1. \quad \text{Зміна обсягу продажів: } E = \frac{Q_0 \times C}{Q_0 \times C + H} = \frac{6990,2 \times 0,24}{6990,2 \times 0,17 + 456,6} = 1,025$$

Зменшення обсягу продажів у 2017р. на 2390,7 млн.шт. сигарет призвело до зменшення ефективності на 7,8 %.

$$2. \quad \text{Середній рівень цін: } E = \frac{Q \times C_0}{Q \times C + H} = \frac{9380,9 \times 0,26}{9380,9 \times 0,17 + 456,6} = 1,168$$

Зростання ціни вплинуло на ефективність експорту - + 9,0 %.



$$3. \quad \text{Зміна собівартості: } E = \frac{Q \times \text{Ц}}{Q \times C_0 + H} = \frac{9380,9 \times 0,26}{9380,9 \times 0,18 + 456,6} = 1,055$$

Збільшення собівартості сигарет призвело до зниження ефективності на 4,8 %.

$$4. \quad \text{Зміна накладних витрат: } E = \frac{Q \times \text{Ц}}{Q \times C + H_0} = \frac{9380,9 \times 0,26}{9380,9 \times 0,17 + 159,4} = 1,290$$

При різкому зменшенні накладних витрат ефективність експорту зросла на 19,3%.

Вплив усіх факторів на показник ефективності експорту сигарет у 2018р.:

$$1. \quad \text{Зміна обсягу продажів: } E = \frac{Q_0 \times \text{Ц}}{Q_0 \times C + H} = \frac{8577,9 \times 0,26}{8577,9 \times 0,18 + 159,4} = 1,286$$

Завдяки зростанню обсягу продажів у 2018р. до 8577,9 млн.шт. сигарет ефективність експорту зросла на 2,7 %.

$$2. \quad \text{Середній рівень цін: } E = \frac{Q \times \text{Ц}_0}{Q \times C + H} = \frac{6990,2 \times 0,26}{6990,2 \times 0,18 + 159,4} = 1,260$$

Ціна не змінилася, тому впливу на показник немає.

$$3. \quad \text{Зміна собівартості: } E = \frac{Q \times \text{Ц}}{Q \times C_0 + H} = \frac{6990,2 \times 0,26}{6990,2 \times 0,17 + 159,4} = 1,325$$

Зменшення собівартості сигарет вплинуло на зростання ефективності на 6,9 %.

$$4. \quad \text{Зміна накладних витрат: } E = \frac{Q \times \text{Ц}}{Q \times C + H_0} = \frac{6990,2 \times 0,26}{6990,2 \times 0,17 + 230,3} = 1,200$$

Зростання накладних витрат знизило ефективність експорту на 6 %.

За підсумками аналізу всіх складових показника ефективності експорту сигарет підприємства у 2016-2018рр. (табл. 2.16) можна зробити висновок, що

**Таблиця 2.16. Вплив основних економічних факторів на ефективність експорту сигарет у 2016-2018рр. у порівнянні з попереднім роком.**

Рік	Всього	В тому числі за рахунок			
		обсяг продажів сигарет за рік	середня ціна 1 сигарети	собівартість 1 сигарети	накладні витрати
2016	-0,275	0,003	-0,192	-0,121	0,035
2017	0,156	-0,078	0,090	-0,048	0,193
2018	0,041	0,027	0,000	0,069	-0,060

[Складено автором на основі табл. 2.15]

основною причиною різкого зниження ефективності експорту сигарет у 2016р. на 27,5% є зниження експортних цін при одночасному зростанні собівартості виготовлення сигарет. У 2017р. спроба підприємства поліпшити ситуацію завдяки підняттю ціни при падінні обсягу продажу та різкому скоротченню накладних

витрат принесла позитивний результат і ефективність експорту сигарет зросла на 15,7 %. Тому у попередньому 2018р. підприємство вирішило не підіймати експортні ціни та при зростанні обсягів експорту з одночасним зростанням накладних витрат домоглося невеличкого підняття ефективності.

## **Висновки до розділу 2**

Враховуючи особливості діяльності в галузі харчової промисловості та процесу виробництва усі заходи компанії стосовно просування своїх брендів проводяться шляхом аналізу та підвищення якості продукції, зменшення шкідливого впливу на здоров'я споживачів, опираючись на принципи ділової етики і соціальної відповідальності за бізнес.

Компанія зобов'язується обслуговувати своїх клієнтів і задовольняти їхні потреби та очікування, забезпечуючи найвищу якість продукції, відмінне обслуговування і повне дотримання законодавства та корпоративних стандартів. Зусилля з впровадження й підтримання ефективної системи управління якістю спрямовані на постійний перегляд і вдосконалення процесів, процедур, поєднання потреб і очікувань клієнтів зі стандартами компанії, своєчасну ідентифікацію та оцінку ризиків, належне реагування на зміну обставин, використання нових можливостей, послідовну підтримку мотивації персоналу, постійне навчання та розвиток персоналу.

ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» працює на ринку України вже 20 років і є одною з чотирьох найбільших вітчизняних тютюнових компаній. Компанія увійшла в ТОП-10 платників податків за результатами 2018 року і зайняла шосту позицію. Основним податком є акциз на тютюнові вироби. Після підписання Угоди про асоціацію з ЄС у 2014 році (набрала чинності у повному обсязі 01.09.2017р.) Україна взяла на себе зобов'язання - ставки акцизного податку повинні поступово зростати до європейського рівня, що суттєво вплинуло на результати діяльності компанії.

Так протягом 2015-2017 років усі фінансові показники діяльності компанії мали негативну тенденцію до зниження, а 2016 рік взагалі був збитковим. Лише у

минулому 2018 році ситуація почала стабілізуватися, фінансовий стан покращився, але не досяг рівня 2015 року.

Для ПАТ Джей Ті Інтернешнл Україна проблеми розвитку схожі на проблеми розвитку всієї галузі. У суспільства змінюється ставлення до куріння. Бізнес-середовище стає жорсткішим: обсяги галузі значно скорочуються, а запекла конкуренція між табачними компаніями зберігається. Обсяги нелегальної торгівлі тютюновими виробами зростають, що впливає на продаж продукції підприємства.

При відповідальному бізнесі з високими етичними нормами в умовах жорсткої конкуренції, підприємству дуже складно бути рентабельним. Все це призводить до ускладнення успішної зовнішньоекономічної діяльності і діяльності підприємства в цілому.

### **РОЗДІЛ 3**

#### **НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ДЖЕЙ ТІ ІНТЕРНЕТІЛ УКРАЇНА»**

### **3.1 Пропозицій щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Для ПАТ Джей Ті Інтернешнл Україна проблеми розвитку схожі на проблеми розвитку всієї галузі. Дуже велике податкове навантаження з боку стрімко і постійно зростаючого акцизного податку на продукцію на внутрішньому ринку приводить до здорожчення продукції, заборона реклами в країні не дає можливості для просування продукції на ринку та у суспільства змінюється ставлення до куріння. Бізнес-середовище стає жорсткішим: обсяги галузі значно скорочуються, а запекла конкуренція між табачними компаніями зберігається. Обсяги нелегальної торгівлі тютюновими виробами зростають, що впливає на продаж продукції підприємства.

ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна», як і вся галузь з виробництва тютюнових виробів у цілому, перебуває зараз на вирішальному перехресті. Навколишнє середовище стрімко розвивається, і багато хто ставить під сумнів актуальність галузі. Тому бачення майбутнього на підприємстві нині критичніше, ніж будь-коли.

Оскільки JTI – міжнародна компанія і ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» входить в цю групу компаній, то експорт продукції в більшості відбувається в межах компанії, тобто своїм філіям у регіонах світу. А надалі просування тютюнових виробів до кінцевого споживача в інших країнах є завданням місцевої компанії при застосуванні місцевої мережі оптової та роздрібної торгівлі. Доля експорту партнерам за межами компанії, тобто третім сторонам, дуже мала.

Обсяги експорту продукції протягом трьох років мали тенденцію до зниження, у структурі експорту відбувається збільшення долі нетютюнових виробів (напівфабрикатів для виробництва сигарет на інших фабриках групи компаній JTI), поставки яких дають менш валютних надходжень при однаковому використанні трудових та фінансових ресурсів на їх оформлення, ніж поставки сигарет.

При підвищенні обсягів експорту підприємства у країни Кавказу - Азербайджан, Вірменію, а також до Йорданії та Мексики, де підприємство вже зайняло відповідну частку ринку, необхідно зміцнювати зовнішньоекономічні зв'язки з цими країнами, укладати тривалі міжнародні угоди та збільшувати пропозиції та асортимент продукції.

Географія експорту розширюється, вибір нових країн припадає на найвіддаленіші, такі як Мексика, Тайвань, Саудівська Аравія, ОАЕ, Йорданія, Ангола, Гвінея. Ці ринки є досить ємнісними і давно співпрацюють з Україною. Підприємство виходило на ці ринки у 2015-2017рр. Такі експортні поставки значно дорожчі за рахунок транспортних витрат та не зовсім сприяють просуванню нової продукції на новому ринку у вигляді привабливої ціни в умовах великої конкуренції. Тому не всі спроби виходу на нові ринки були успішними та ефективними одразу, такі поставки мали короткочасний характер, і підприємство припинило поставки саме через політичні ризики та їх неефективність. Після цього спроби виходу на ці ринки не проводились.

Один з головних конкурентів підприємства, ПрАТ «Філіп Морріс Україна», має велику географію експорту, яка включає також Саудівську Аравію, ОАЕ, Гвінею, Анголу. Для того, щоб застрахувати себе від можливих невдач на подібних нестабільних ринках потрібно знайти методи страхування експорту, які найбільш підходять підприємству та переглянути цінову політику на них. Перші кроки на нових ринках не завжди ефективні, оскільки треба завоювати попит на продукцію завдяки цінам, нижчими від конкурентів у цьому ціновому сегменті сигарет, не забуваю при цьому про відмінну якість. Тому пропонуємо провести аналіз впливу факторів на невдалий вихід на ці нові ринки.

Усі показники ефективності для підприємства зовнішньоекономічних операцій доцільно розраховувати перед укладанням зовнішньоекономічних угод при плануванні зовнішньоекономічної діяльності, а також з метою оцінювання ефективності експортних та імпорتنих операцій за попередній період.

Багато економістів вважають, що з поступовим згасанням старих індустріальних центрів в Європі та США центр світової економічної активності може бути перенесено в Азіатсько-Тихоокеанський регіон. У регіоні представлена велика різноманітність економік і ресурсів, з них Китай має величезний економічний потенціал. Темпи приросту промислової і сільськогосподарської продукції дуже високі. За обсягом ВВП країна займає друге місце в світі після США, а саме динамічно розвиваються Гонконг (особливий адміністративний район Китайської Народної Республіки та Тайвань (територія Республіки Китай) – «азіатські тигри». Це перспективні ринки з величезними можливостями, густонаселені, з високою платоспроможністю населення, історично склалося так, що тут добре сприймають загальносвітові тенденції, жителі добре володіють англійською мовою, так як Гонконг це колишня колонія Британії, а Тайвань підтримує тісні зв'язки з США.

Гонконг має одну з найчистіших капіталістичних економічних систем у світі. Економіка території ґрунтується на вільному ринку, низькому оподаткуванні і невтручанні держави у економіку. Це важливий центр міжнародних фінансів і торгівлі, а рівень концентрації штаб-квартир є найвищим в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Утримання у Гонконгу споживчого податку в даний час регулюється Тимчасовими нормами і правилами КНР «Про споживчий податок» від 10.11.2008р.

Відповідно до цього нормативно-правового акту платниками споживчого податку є підприємства і приватні особи, які здійснюють на території КНР виробництво, переробку на умовах підряду або імпорт деяких видів споживчих товарів, а також інші організації та приватні особи, які реалізують ці товари. Споживчий податок сплачується за місцем реалізації товарів. У разі імпорту споживчий податок стягується разом з митом. Ставка податку складає  $56\%+5\%+0,003$  юаня за 1 шт. (сигарети класу А) та  $56\%+5\%+0,003$  юаня за 1 шт. (сигарети класу Б). Тому вибір країни для виходу на новий ринок падає на Тайвань [34].

Самий розумний підхід для виходу на ринки - робота з місцевим партнером, що може дати товару значну перевагу: хороший партнер зможе взяти на себе початкову роботу по локалізації, місцевий маркетинг і оперативний розвиток, що збільшить шанси на успішне протистояння місцевим конкурентам.

Тому для поліпшення зовнішньоекономічної діяльності підприємства було розроблено ряд пропозицій, які стосуються розширення географії експорту до країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, які не розглядалися раніше, Тайваню в першу чергу, оскільки це популярний туристичний напрямок для відпочинку. Тайвань – одна з країн-лідерів розвитку туристичної галузі Азіатського регіону з екзотичною тропічною природою, великою кількістю унікальних природних та культурних об'єктів.

Найвигіднішою формою роботи на ринку Тайваню є партнерство з місцевими компаніями. Це дає змогу надавати якісні послуги комплексно — як з точки зору нашого законодавства, так і з точки зору законодавства інших держав. До того ж, необхідно звернути увагу на відмінності у способах ведення бізнесу, в першу чергу, необхідно відокремити абсолютно іншу культуру та інший менталітет. Тайванці, бізнес ведуть не так, як звикли ми. Так, одне з основних правил - «навчитися терпляче чекати і не проявляйте свого нетерпіння».

Оскільки підприємство вже увійшло на ринок Мексики зі своїми головними брендами Camel Blue, Winston Blue та обсяги поставок значно зростають з року в рік, то аналіз ефективності експорту їх поставок показав низький результат 1,02, а по Winston Blue зовсім негативний результат - 0,98. Поставки відбуваються на умовах СІР, тобто усі транспортні витрати за рахунок підприємства, при цьому використовується автотранспорт до аеропорта Бориспіль та авіафрахт до Мексики. Тому пропонуємо замінити використання авіафрахту на морський, який значно дешевше, хоча він і буде довшим, але потрібно бути перепланувати обсяги та терміни виробництва необхідних марок сигарет Camel Blue, Winston Blue.

Оскільки підприємство витрачає дуже великі кошти у вигляді податку на рекламу з вартості маркетингових заходів (протягом 2015-2018рр. сума податку

склала 7,4 млрд. грн.), проведених за межами території України, а саме у Молдові та на Кавказі, пропонується перенесення функцій просування продукції на місцеві представництва компанії JTI для уникнення цих витрат. Сплата за маркетингові послуги відбувається на базі контрактів з місцевими постачальниками даних послуг, починаючи з великих сітей-рітейлерів (роздрібна торгівля у відомих мережах) та закінчуючи невеличкими торговими точками – кіосками. Сюди входять такі послуги, як забезпечення розміщення у торгових точках всього асортименту продукції у потрібному об'ємі, за обумовленою стандартною викладкою на вітрині, проведення різноманітних акційних та розважальних заходів, розповсюдження брендівих подарунків під час їх проведення.

На території Молдови розміщується торгове представництво компанії JTI без виробничих потужностей - JT International Trading SRL. На території Грузії також розташоване торгове представництво компанії JTI – JTI Caucasus. У професійному складі обох підприємств працюють фахівці у сфері продажів, маркетингу, фінансів, логістики, досліджень. Тому пропонуємо саме на місцях в особі представництв укладати угоди з місцевими постачальниками на проведення маркетингових заходів.

Підприємство повністю забезпечується всіма видами матеріальних ресурсів (сировина, комплектуючі, запасні частини для обладнання) глобальними постачальниками, при цьому більшість з них саме імпортного походження в силу специфічності (56,5 % імпорту у 2018р. забезпечила Швейцарія). Така залежність від імпорту підвищує ризик зупинки виробництва або тимчасового простою обладнання внаслідок можливого зриву своєчасної поставки того чи іншого матеріалу ввіду різних обставин (погодні умови, поломки транспорту та інші форс-мажорні причини). В подальшому це може спричинити затримки відвантаження готової продукції, порушення договорних умов по контрактам і штрафних санкцій з боку покупців.

Також достатня кількість постачальників – монополісти, що значно впливає на їхню цінову політику і такі головні умови контрактів, як умови поставки, терміни розрахунку.



Оскільки поставки відбуваються з усіх куточків світу, то треба враховувати соціально-політичну ситуацію в країнах. Для підприємства характерна значна кількість імпорту сировини для виробництва продукції від глобальних постачальників з Російської Федерації (10,6 %) та на експорт відвантажується 6,6 % усього об'єму. Оскільки між двома країнами вже декілька років діють двосторонні санкційні заходи щодо торгових операцій (ввізне мито, пошліни на товари з Росії, тимчасові та періодичні заходи стосовно перешкод перетину кордону України транспортними засобами з товарами, додаткові вимоги з боку банківських установ щодо здійснення валютних переказів до Російської Федерації), підприємство несе певні додаткові витрати, затримки при отриманні сировини. Це має негативний вплив на виконання деяких угод при ЗЕД.

При імпорті сировини та матеріалів для зниження його вартості підприємству необхідно забезпечити наявність саме оригіналів усіх сертифікатів походження товару EUR-1 для можливості застосування «0» пільгової ставки ввізного мита.

Все більш популярними в усьому світі стають продукти зниженого ризику. Інші тютюнові компанії-конкуренти на території країни та за її межами розвивають сегмент гаджетів (електронні сигарети та системи нагріву тютюну) для куріння та інвестують у перепрофілювання свого виробництва. Компанія JTI має свої бренди у цьому сегменті – Logic і Ploom, які добре продаються в країнах Європи. Компанія продовжує інвестувати та розширювати свою присутність у цій важливій категорії. Вона стала першою з великих тютюнових компаній, яка запустила електронні сигарети в Бельгії. Це вже десятий ринок, де цей продукт нині доступний. Завдяки Logic Pro компанія стала № 1 у категорії електронних сигарет зі змінними картриджами у Великій Британії. Нещодавно даний продукт був представлений на ринку Російської Федерації. Однак на українському ринку даної продукції немає і ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» не має необхідних потужностей для їх виробництва. Тому, як пропозиція на майбутнє, при виникненні необхідності та після проведення всіх інших досліджень, компанія JTI може

інвестувати кошти у придбання обладнання та налагоджування потужностей на підприємстві для виготовлення популярних гаджетів для збільшення обсягів продажу як в Україні, так і за її межами, а саме в країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону та Близького Сходу. Це збільшить географічну присутність даного популярного продукту.

Сигарети українського виробництва залишаються одними з найдешевших у Європі, дешевше лише у Білорусії. Також, нажаль, зараз в Україні склались сприятливі умови для контрабандистів, оскільки за спробу переправки великої партії сигарет через кордон можливо заполучити лише незначний адміністративний штраф. Підприємство стикається не лише з нелегальним продуктом, призначеним для місцевого споживача, але і з транзитними потоками контрабандного товару, частина яких залишається в Україні. Транзитні потоки йдуть з неконтрольованих територій, з Молдови, Білорусії та Росії. Тому у 2017 році Україна вийшла на перше місце серед країн – джерел контрабанди сигарет до ЄС з показником у 6 млрд. шт. [32]. Таке становище справ впливає на обсяги продажу продукції підприємства як на території країни, так і за її межами.

Тому представникам підприємства з зв'язків з громадськістю та робочій групі з питань роботи з державними органами необхідно лобіювати прийняття законодавчої бази стосовно прийняття кримінальної відповідальності за участь та пособництво у контрабанді та розповсюдженні нелегальних тютюнових виробів. Це значно сприятиме боротьбі з нелегальними потоками контрабанди, дозволить збільшити підприємству обсяги реалізації сигарет, задоволенню попиту у якісному продукті та забезпечить наповнюваність бюджету.

### **3.2 Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів**

Кількість брендів сигарет в Тайване просто "зашкалює". Тут дуже багато власних торгових марок, але багато нелегальних. Для виходу на ринок з якісним

товаром та початкових поставок сигарет до Тайваню було обрано тайваньську фірму «Taiwan Tobacco», яка має розвинену торгівельну мережу. Для вивчення смаку, прихильності та попиту в тютюнових виробках середнього цінового сегменту вона готова заключити договір на 1 рік з щомісячними поставками 3600 коробів сигарет Winston Blue та 3600 коробів сигарет Camel Blue за фіксованою ціною на момент укладання договору. Купівельна спроможність на ринку Тайваню значно вища, ніж на інших експортних ринках, тому встановлюючи ціну на сигарети необхідно звернути увагу не лише на закордонних конкурентів, але й на вітчизняних, що працюють на даному ринку.

Сигарети, які вважає за краще середній клас, держслужбовці або молоді фахівці, коштують в середньому від 10 до 30 юанів. Прості жителі, працівники фабрик і заводів, курять сигарети вартістю 6-10 юанів за пачку [33]. Так, ціни на сигарети для простих жителів на сьогодні коливаються в межах 0,86 – 1,44 долл/пачку. В той самий час середня експортна ціна на сигарети середнього цінового сегменту коливається в межах 0,20 долл/пачку. Оскільки ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» буде робити лише перші кроки по завоюванню даного ринку та з урахуванням майбутніх витрат партнера на просування сигарет, то доцільно буде встановити ціни нижчі ніж в конкурентів, проте не забуваючи про максимізацію свого прибутку. В зв'язку з цим, продаж доцільно вести за цінами 0,19 долл/пачку за сигарети Camel Blue та 0,17 долл/пачку за сигарети Winston Blue.

За умови фіксування запропонованої ціни, контрактна вартість товарів, що мають експортуватися становитиме (1 короб – 500 пачок):

- Camel Blue –  $3600 \cdot 500 \cdot 0,19 = 342\,000,00$  долл.
- Winston Blue –  $3600 \cdot 500 \cdot 0,17 = 306\,000,00$  долл.

У випадку стабільності курсу національної валюти і утримання її на позиціях, закладених в бюджеті на 2019 рік (29,4 грн./долл.):

- ефективність експорту сигарет Camel Blue:

$$E_c = \frac{342000 \cdot 29,4}{3600 \cdot 500 \cdot 0,20 \cdot 29,4} = \frac{10\,054\,800}{10\,584\,000} = 0,95$$

- ефективність експорту сигарет Winston Blue:

$$E_w = \frac{306000 * 29,4}{3600 * 500 * 0,20 * 29,4} = \frac{8\,996\,400}{10\,584\,000} = 0,85$$

В обох випадках показник не досягне позитивного значення (більше 1), що пояснюється тим, що ціни навмисно занижені в порівнянні з середніми експортними та цінами конкурентів для отримання цінової переваги і завоювання ринку. Розрахуємо показник щомісячного економічного ефекту експорту:

- економічний ефект експорту поставки Camel Blue:

$$EE_{e\,c} = 10\,054\,800 - 9\,948\,960 = 105\,840 \text{ грн.}$$

- економічний ефект експорту поставки Winston Blue:

$$EE_{e\,w} = 8\,996\,400 - 8\,599\,500 = 396\,900 \text{ грн.}$$

Таким чином за рік загальний ефект від контракту складе:

$$(105\,840 + 396\,900) * 12 = 6\,032\,880 \text{ грн.}$$

При однаковому обсязі експорту цих марок сигарет ефективність експорту Camel Blue більша на 10 %. Це говорить про те, що експорт цієї марки є вигіднішим, і в подальшій роботі необхідно проводити маркетингові заходи більше для цієї марки. В порівнянні зі середніми експортними цінами продажу, підприємство недоотримує прибутки, що пов'язане зі становищем новичка на ринку. Але одночасно це дає можливість збільшити кількість продукції, що продається, збільшивши тим самим прибутки компанії. В умовах зменшення попиту на продукцію галузі на раніше освоєних закордонних ринках в силу зміни ставлення до куріння проведення додаткових поставок є значним доповненням до прибутку підприємства. До того ж, укладання договору на рік з тайваньською фірмою «Taiwan Tobacco» про щомісячні поставки дає гарантію замовлень, а відповідно, і збільшення валютних надходжень на рахунки підприємства.

Для підвищення ефективності поставок сигарет до Мексики запропонована заміна авіафрахта на морський фрахт. Зараз на ринку перевезень діє оптимальний розмір послуг морського перевезення контейнерів з порту у м. Одеса за розцінками: 1 контейнер – 3666,00 доларів США. Оскільки 1 контейнер – 920-980 коробів сигарет, то затрати на 1 пачку складатимуть 0,008 доларів США. Підприємство

сьогодні використовує авіафрахт: 1296,03 долларів США за 1 палету, 1 палета – 35 коробів сигарет, тобто на 1 пачку – 0,07 доларів США.

На сьогодні діє контракт на поставку протягом 2019р. сигарет до Мексики на підставі щомісячних замовлень на поставку по 950 коробів сигарет двох брендів. Результати розрахунку ефективності щомісячної морської поставки по 1 контейнеру сигарет Camel Blue і Winston Blue представлені у таблиці 3.1 та порівняні з аналогічною авіа поставкою:

**Таблиця 3.1. Розрахунок ефективності морської поставки сигарет до Мексики у порівнянні з авіа.**

Торгові марки сигарет	Мексика (авіа)				Мексика (море)			
	Загальні витрати на пачку, \$		Кількість у партії, короб	Ціна за пачку, \$	Загальні витрати на пачку, \$		Кількість у партії, короб	Ціна за пачку, \$
	Собівартість пачки + транспорт до Бориспіля, \$	Авіафрахт, \$			Собівартість пачки + транспорт до порту Одеса, \$	морський фрахт, \$		
Camel Blue	0,132	0,070	950	0,222	0,130	0,008	950	0,155
Winston Blue	0,223	0,070	950	0,287	0,221	0,008	950	0,245
Показники ефективності експорту								
	Торгової марки			Поставки	Торгової марки			Поставки
Camel Blue	1,10			1,02	1,12			1,09
Winston Blue	0,98				1,07			

[Складено автором]

- ефективність експорту морем сигарет Camel Blue:

$$E_c = \frac{0,155 * 950 * 500}{(0,130 + 0,008) * 950 * 500} = \frac{73625}{65550} = 1,12$$

- ефективність експорту морем сигарет Winston Blue:

$$E_w = \frac{0,245 * 950 * 500}{(0,221 + 0,008) * 950 * 500} = \frac{116375}{108775} = 1,07$$

У випадку стабільності курсу національної валюти і утримання її на позиціях, закладених в бюджеті на 2019 рік (29,4 грн./долл.) розрахуємо економічний ефект щомісячної поставки:

- економічний ефект від морської поставки Camel Blue:

$$EE_{ec} = 29,4 * ((0,222 * 950 * 500 - 0,202 * 950 * 500) - (73625 - 65550)) = 41\,895 \text{ грн.}$$

- економічний ефект від морської поставки Winston Blue:

$$EE_{ew} = 29,4 * ((0,287 * 950 * 500 - 0,293 * 950 * 500) - (116375 - 108775)) =$$

= 307 230 грн.

Таким чином, протягом 2019р. очікуваний ефект від зміни умов поставки за контрактом складе  $(41\,895 + 307\,230) \cdot 12 = 4\,189\,500$  грн.

Щомісячна поставка до Мексики по 950 коробів обох марок сигарет при зміні авіафрахта на морський фрахт буде ефективніше на 7 %, при цьому ефективність поставки Camel Blue збільшиться на 2 %, а поставка Winston Blue вийде зі статусу збиткової та досягне ефективності у розмірі 1,07. Це говорить про те, що підприємству необхідно задіяти усі можливі ресурси для зміни якомога швидче умов поставки сигарет до Мексики.

Перенесення маркетингових функцій просування продукції на місцеві представництва компанії JTI дозволить не лише підвищити їх ефективність за рахунок більш чіткого розуміння місцевої культури та уподобань. Це дозволить уникнути сплати щорічно близько 1,9 млрд. грн. податку на рекламу (протягом 2015-2018рр. сума податку склала 7,4 млрд. грн.) та безпосередньо 9,5 млрд. грн. маркетингових витрат у вигляді валютних коштів за угодами з місцевими постачальниками.

Сприяння введенню кримінальної відповідальності за участь та пособництво у контрабанді та розповсюдженні нелегальних тютюнових виробів дозволить збільшити підприємству обсяги реалізації сигарет як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках в середньому на 6 млрд. штук у рік, що еквівалентно 150 млрд. грн. за цінами внутрішнього ринку або 41,7 млрд. грн. за цінами зовнішнього ринку.

### **Висновки до розділу 3**

Мета JTI – стати міжнародною тютюновою компанією №1 до 2030 року за обсягами продажів на глобальному рівні.

Компанія може досягти цієї амбіційної та мотивуючої цілі шляхом поєднання впевненого і стійкого органічного зростання в сегменті традиційних

тютюнових виробів, який є основою бізнесу та прискорення прогресу у сфері продуктів зниженого ризику. При цьому була, є і буде найбільш успішною та відповідальною тютюновою компанією з високими стандартами ділової етики та соціальної відповідальності.

Компанія JTІ зможе задовольняти бажання споживачів, забезпечувати свободу більшого, кращого і різноманітнішого вибору споживачам, задовольняти бажання найвибагливіших з них, та досягати позитивних результатів у всьому.

Тому і ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна», як члену команди JTІ, необхідно використовувати усі можливі ресурси для підтримки стратегії компанії і, при цьому, для досягнення найефективнішої діяльності.

В умовах сьогодення, при значних скороченнях продажів на внутрішньому ринку, підприємству необхідно зробити переорієнтацію виробництва продукції у більших масштабах саме на експорт. Для цього в першу чергу необхідно:

1. Зміцнювати зовнішньоекономічні зв'язки з основними країнами-експортерами, де підприємство вже зайняло відповідну частку ринку, укласти тривалі міжнародні угоди та збільшувати пропозиції та асортимент продукції.

2. Для перших кроків на нових ринках насамперед реалізовувати стратегічну програму, яка повинна забезпечити:

- надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаках і перевагах покупців, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування фірми;

- створення такого товару, набору товарів (асортименту), що більш повно задовольняє вимогам ринку, чим товари конкурентів;

- необхідний вплив на споживача, на попит, на ринок, що забезпечує максимально можливий контроль сфери реалізації;

3. Розраховувати ефективність майбутніх експортних операцій на нових ринках до виходу на них, а також після здійснення перших поставок.

4. Аналізувати вплив усіх факторів на ефективність операцій та впроваджувати необхідні заходи для її підвищення, при цьому не забуваю про відмінну якість продукції.

Азіатсько -Тихоокеанський регіон - символ потенціалу зростання обсягів експорту сьогодні на багато років уперед.

## **ВИСНОВКИ**

В дипломній роботі вирішено теоретично-практичне завдання щодо надання практичних рекомендацій і розробки способів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності на ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна».



1. Було проведено дослідження основних методик оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Після узагальнення даних методик було обрано основні показники, які слід розраховувати і на які слід опиратися при визначенні ефективності проведення зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Дана методика передбачає розрахунок коефіцієнтів як по експортній, так і по імпортній діяльності, тому може бути застосована до будь-якого підприємства.

2. Досліджено, що для досягнення найбільшого економічного ефекту від зовнішньоекономічної діяльності слід розвивати виробництво експортної продукції, яка дозволяє одержати найбільшу валютну виручку на одиницю витрат, має пільги з акцизного податку та податку на додану вартість.

3. Аналіз динаміки основних показників господарської діяльності ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» показав, що підприємство в цілому функціонує задовільно, але протягом 2015-2017 років усі фінансові показники діяльності мали негативну тенденцію до зниження, а 2016 рік взагалі був збитковим. Лише у минулому 2018 році ситуація почала стабілізуватися, фінансовий стан покращився, але не досяг рівня 2015 року. Доля експорту склала 54,4 % від загального обсягу продажів 2018 року, при цьому його основу, 62,7 %, складає експорт тютюнових виробів – сигарет. Однак протягом останніх років зростає доля нетютюнових матеріалів – фільтропаличок для виробництва сигарет на інших фабриках компанії JTІ. Серед проблем, з якими підприємство стикнулось при експорті необхідно також відзначити значне зменшення обсягу експорту до Російської Федерації, а також ускладнення проходження митного контролю, вимоги додаткових сертифікатів якості продукції для перетину митного кордону. Частка експорту до цієї країни скоротилась з 19,3 % до 6,6 % в сукупному обсязі експорту за останні чотири роки. Одночасно зріс імпорт сировини з Російської Федерації на 20 % завдяки її близькому географічному розташуванню.

4. До основних заходів, що в перспективі можуть підвищити прибутковість експортної діяльності підприємства відносяться: розширення географії експорту в країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону, а саме на

найперспективніший з величезними можливостями, густонаселений, з високою платоспроможністю населення, популярний туристичний напрямок - ринок Тайваню; зміна умов транспортування експортної продукції на нещодавно відкритий ринок Мексики.

5. Для реалізації першого варіанту для виходу на ринок та початкових поставок сигарет до Тайваню було обрано тайваньську фірму «Taiwan Tobacco», яка має розвинену торгівельну мережу. Для вивчення смаку, прихильності та попиту в тютюнових виробках середнього цінового сегменту фірма готова заключити річний контракт на щомісячні поставки декількох позицій з асортименту сигарет середнього цінового сегменту. Було визначено номенклатуру експортованих товарів до Тайваню, прогнозні обсяги поставок на рік. Також, було досліджено цінові пропозиції конкурентів на ринку, на якому підприємству пропонується вести торгівлю та визначено цінову політику стосовно експортної продукції. Так, їхні ціни на сигарети цього сегменту коливаються в межах 0,19 – 0,26 долл/пачку. В той самий час середня експортна ціна на сигарети середнього цінового сегменту коливається в межах 0,20 долл/пачку. Оскільки ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» робить лише перші кроки по завоюванню даного ринку, то доцільно буде встановити ціни нижчі ніж в конкурентів, проте не забуваючи про максимізацію свого прибутку. В зв'язку з цим, продаж доцільно вести за цінами 0,19 долл/пачку за сигарети Camel Blue та 0,17 долл/пачку за сигарети Winston Blue. При аналізі другого варіанту було обрано можливість заміни авіафрахта на морський фрахт для підвищення ефективності поставок сигарет до Мексики згідно діючого контракту на поставку щомісячних замовлень по 950 коробів сигарет двох брендів протягом 2019р. Вибрано оптимальний розмір послуг морського перевезення контейнерів з порту у м. Одеса за ціною за 1 контейнер – 3666,00 доларів США. Оскільки 1 контейнер – 920-980 коробів сигарет, то затрати на 1 пачку складатимуть 0,008 доларів США при сьогоднішньому авіафрахті на 1 пачку – 0,07 доларів США.

6. Було розраховано, що ефективність експорту сигарет Camel Blue та Winston Blue до Тайваню становитиме 95 % та 85 % відповідно. Незважаючи на це,

обґрунтовано необхідність розширення поля діяльності компанії на нові закордонні ринки для розширення меж діяльності підприємства у Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Загальний економічний ефект від пропозиції складе 6,03 млн. грн.

7. Щомісячна поставка до Мексики обох марок сигарет при зміні авіафрахта на морський фрахт буде ефективніше на 7 %, при цьому ефективність поставки Camel Blue збільшиться на 2 %, а поставка Winston Blue вийде зі статусу збиткової та досягне ефективності у розмірі 107 %. Загальний економічний ефект від пропозиції складе 4,2 млн. грн.

8. Перенесення маркетингових функцій підприємства з просування продукції на ринках Молдови та Кавказу на місцеві представництва компанії JTІ у Молдові та Грузії дозволить уникнути сплати щорічно близько 1,9 млрд. грн. податку на рекламу.

9. Перспективний напрямок у майбутньому – налагодження виробничих потужностей для все більш популярних продуктів зниженого ризику.

Враховуючи особливості діяльності в галузі харчової промисловості та процесу виробництва усі заходи підприємства стосовно просування своїх брендів проводяться шляхом аналізу та підвищення якості продукції, зменшення шкідливого впливу на здоров'я споживачів, опираючись на принципи ділової етики і соціальної відповідальності за бізнес.

При цьому підприємство прагне бути найуспішнішим у всіх сферах діяльності, особливо у зовнішньоекономічній при амбіційній меті компанії JTІ – стати міжнародною тютюновою компанією №1 до 2030 року за обсягами продажів на глобальному рівні.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Брояка А.А. Оцінка та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / А.А. Брояка // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – Полтава, 2012. – Випуск 5. Том 2. – С.46–51.

2. Ніколаєв В. Міжнародна конкуренція та можливості України в боротьбі за ринки збуту // Україна-business. – 2012. – № 12. – С. 12-15.
3. Рубан І. В. Обґрунтування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах збалансованої системи показників. [http://www.rusnauka.com/9.\\_EISN\\_2007/Economics/21328.doc.htm](http://www.rusnauka.com/9._EISN_2007/Economics/21328.doc.htm)
4. Боб Ю. В., Недбалюк О. П. Суть і перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні. КНТЕУ.- С.,2009. – Режим доступу: <http://intkonf.org/bob-yuv-nedbalyuk-op-sut-i-perspektivi-rozvitkuzovnishnoekonomichnoyi-diyalnosti-v-ukrayini/>
5. Круш П.В. «Економіка» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://pidruchniki.com/1766121453813/ekonomika/prichiniperedumovi-rozvitkuzovnishnoekonomichnih-zvyazkiv-vpliv-natsionalnu-ekonomiku>
6. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959-ХІІ від 16.04.1991 (зі змінами та доповненнями) у редакції від 01.01.2017р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T095900.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T095900.html)
7. Руденко Л. Г. Виклики і загрози просторового розвитку України на шляху до євроінтеграції / Л. Г. Руденко, С. А. Лісовський, Є. О. Маруняк // Український географічний журнал. - 2016. - № 1. - С. 41-46. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UGJ\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UGJ_2016_1_9)
8. Абрамкіна В. В. Значення та роль зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств для України / В. В. Абрамкіна // Управління розвитком. [Електронний ресурс]- Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2014\\_11\\_46](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_11_46)
9. Тюріна Н.М., Карвацка Н.С. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник [Електронний ресурс]- Режим доступу: [http://cul.com.ua/preview/zed\\_turina.pdf](http://cul.com.ua/preview/zed_turina.pdf)
10. Щербак В. Г., Лозенко А. П. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки //Фінанси України. – 1999. - № 4. – С. 58-61.
11. Вівчар О.І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Галицький економічний вісник. -2009. - № 2. -С. 24-30. - (проблеми мікро- та макроекономіки України)./ [Електронний ресурс] - Режим

доступу: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/290/2/GEB\\_2009\\_No2-O\\_Shepherd-Key\\_aspects\\_of\\_improving\\_the\\_efficiency\\_24.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/290/2/GEB_2009_No2-O_Shepherd-Key_aspects_of_improving_the_efficiency_24.pdf)

12. Кредисов А., Дерев'янюк О. Конкуренентоспроможність підприємства та стратегія просування його експорту на світовому ринку // Економіка України. – 1999. - № 5. – С. 56-59.

13. Завьялов П. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения // Маркетинг. – 2008. - № 10. – С. 45-49.

14. Експорт та імпорт України. Мінфін. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/>

15. НБУ України. Зовнішня торгівля товарами. Статистичні дані платіжного балансу відповідно до нових методологічних засад, викладених у 6-му виданні “Керівництва з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції” Міжнародного валютного фонду 2009 року (КПБ6) [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=19208314>

16. Державна служба статистики України.

17. Тохтамиш Т.О. Аналіз зовнішньої торгівлі товарами та послугами України з країнами ЄС [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/11.pdf>

18. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. Сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку. Монографія. Одеса [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://dspace.oneu.edu.ua/...](https://dspace.oneu.edu.ua/)

19. Закон "Про валюту і валютні операції". Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 30, ст.239 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/2473-19>

20. Нова система валютного регулювання. Офіційне інтернет-представництво.Прес-реліз НБУ [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=85295172&cat\\_id=55838](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=85295172&cat_id=55838)

21. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.minfin.gov.ua/news/mizhnarodne-spivrobitnictvo/mvf>

22. Офіційний сайт компанії JTI [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.jti.com/about-us>
23. ПАТ Джей Ті Інтернешнл Україна. Публічна інформація [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://jtiu.emitents.net.ua/ua/docs/?fg\\_id=25](http://jtiu.emitents.net.ua/ua/docs/?fg_id=25)
24. Крамаренко І.О. Фінансовий менеджмент. Фінансовий аналіз діяльності підприємства. Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1580011943608/finansi/finansoviy\\_analiz\\_diyalnosti\\_pidpriyemstva](http://pidruchniki.com/1580011943608/finansi/finansoviy_analiz_diyalnosti_pidpriyemstva)
25. Горбонос Ф.В. Черевко Г.В. Економіка підприємства. Підручник. Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://pidruchniki.com/15800119/ekonomika/liniynofunktsionalna\\_struktura\\_upravlinnya](https://pidruchniki.com/15800119/ekonomika/liniynofunktsionalna_struktura_upravlinnya)
26. Контроль за сплатою акцизного податку [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://pidruchniki.com/67030/ekonomika/kontrol\\_splatoyu\\_aktsiznogo\\_podatku\\_dopomogoyu\\_markuvannya\\_alkogolnih\\_napoyiv\\_tyutyunovih\\_virobiv\\_markami\\_aktsiznogo](http://pidruchniki.com/67030/ekonomika/kontrol_splatoyu_aktsiznogo_podatku_dopomogoyu_markuvannya_alkogolnih_napoyiv_tyutyunovih_virobiv_markami_aktsiznogo)
27. «Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів», затверджене постановою Кабміна від 27.12.2010 № 1251. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP101251.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP101251.html)
28. «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі тютюновими виробами». Наказ Міністерства економіки від 24 липня 2002 року № 218. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/REG6967.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG6967.html)
29. «Про Порядок оформлення та видачі ліцензій на право імпорту, експорту спирту етилового, коньячного і плодового, ...тютюнових виробів». Наказ Міністерства економіки від 14.02.2002р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0183-02>
30. Інкотермс 2010. Офіційний сайт Універсальної товарно-сировинної біржі [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.utsb.kiev.ua/ukr/hlosariy/677-inkoterms.html>

31. Ставки мита. Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/stavki-vviznogo-ta-viviznogo-mita/eksportne-mito/>
32. Інтерв'ю з генеральним директором JTІ Україна Полом Холлов'єєм. Ліга-бізнес. Офіційний сайт Ліга [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://biz.liga.net/ekonomika/fmcg/interview/gendirektor-jti-ukraintsy-tratyat-na-sigarety-21-dnevnogo-dohoda>
33. Ціни на китайські сигарети [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://laowaiguide.ru/китайские-сигареты-и-цены-на-них/>
34. Окно в Китай [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://chinawindow.ru/china/legal-information-china/chinese-taxation/consumption-tax/>

## Динаміка географічної структури експорту і імпорту України 2011-2018рр.

Регіони	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Експорт товарів та послуг</b>	<b>83 652</b>	<b>86 516</b>	<b>81 719</b>	<b>65 436</b>	<b>47 862</b>	<b>46 008</b>	<b>53 868</b>	<b>59 117</b>
Країни СНД	33 413	35 357	32 782	20 632	11 923	10 007	11 402	11 458
у т.ч. Російська Федерація	25 329	25 620	24 009	13 890	7 585	6 481	7 147	6 789
Інші регіони світу	50 239	51 159	48 937	44 804	35 939	36 001	42 466	47 659
Європа	22 246	20 779	20 348	19 313	15 255	15 727	19 864	23 165
Азія	19 102	19 291	18 637	16 835	13 721	13 113	14 519	15 585
Америка	4 510	4 474	4 121	3 005	2 473	2 567	3 230	3 979
у т.ч. США	2 168	2 150	1 999	1 740	1 546	1 692	2 392	3 054
Африка	3 381	5 677	5 371	5 295	3 934	4 010	4 213	4 261
Австралія і Океанія	170	282	120	93	110	58	54	76
Довідково: країни ЄС	20 861	19 933	19 600	18 948	14 357	14 752	18 875	21 935
<b>Структура, %</b>								
Усього	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Країни СНД	39.9	40.9	40.1	31.5	24.9	21.8	21.2	19.4
у т.ч. Російська Федерація	30.3	29.6	29.4	21.2	15.8	14.0	13.3	11.5
Інші регіони світу	60.1	59.1	59.9	68.5	75.1	78.2	78.8	80.6
Європа	26.6	24.0	24.9	29.5	31.9	34.2	36.9	39.2
Азія	22.8	22.3	22.8	25.7	28.7	28.5	27.0	26.4
Америка	5.4	5.2	5.0	4.6	5.2	5.6	6.0	6.7
у т.ч. США	2.6	2.5	2.4	2.7	3.2	3.7	4.4	5.2
Африка	4.0	6.6	6.6	8.1	8.2	8.7	7.8	7.2
Австралія і Океанія	0.2	0.3	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1
Довідково: країни ЄС	24.9	23.0	24.0	29.0	30.0	32.1	35.0	37.1
<b>Імпорт товарів та послуг</b>	<b>93 797</b>	<b>100 862</b>	<b>97 353</b>	<b>70 042</b>	<b>50 224</b>	<b>52 461</b>	<b>62 512</b>	<b>70 321</b>
Країни СНД	39 163	39 655	34 742	22 477	13 809	11 677	14 228	15 691
у т.ч. Російська Федерація	28 998	29 336	25 588	14 425	8 777	6 153	8 249	9 087
Інші регіони світу	54 634	61 207	62 611	47 565	36 415	40 784	48 284	54 630
Європа	30 438	31 535	33 145	26 293	21 205	23 343	28 592	31 953
Азія	14 500	18 110	16 573	11 417	7 953	9 952	11 715	14 618
Америка	4 433	4 931	4 788	3 508	2 784	3 211	4 161	4 512
у т.ч. США	3 027	3 313	3 154	2 352	2 074	2 366	3 148	3 448
Африка	1 071	919	849	803	671	659	805	879
Австралія і Океанія	188	180	101	186	167	120	143	68
Довідково: країни ЄС	29 887	30 868	32 647	25 059	19 484	22 021	26 492	29 902
<b>Структура, %</b>								
Усього	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Країни СНД	41.8	39.3	35.7	32.1	27.5	22.3	22.8	22.3
у т.ч. Російська Федерація	30.9	29.1	26.3	20.6	17.5	11.7	13.2	12.9
Інші регіони світу	58.2	60.7	64.3	67.9	72.5	77.7	77.2	77.7
Європа	32.5	31.3	34.0	37.5	42.2	44.5	45.7	45.4
Азія	15.5	18.0	17.0	16.3	15.8	19.0	18.7	20.8
Америка	4.7	4.9	4.9	5.0	5.5	6.1	6.7	6.4
у т.ч. США	3.2	3.3	3.2	3.4	4.1	4.5	5.0	4.9
Африка	1.1	0.9	0.9	1.1	1.3	1.3	1.3	1.2
Австралія і Океанія	0.2	0.2	0.1	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1
Довідково: країни ЄС	31.9	30.6	33.5	35.8	38.8	42.0	42.4	42.5



## Баланс (Форма 1) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2018р.

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту)  
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна"	Дата (рік, місяць, день)	КОДИ
Територія	ПОЛТАВСЬКА	за КОД ПДВ	5310436100
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво тютюнових виробів	за КВЕД	12.00
Середня кількість працівників	1 480		
Адреса, телефон	вулиця 1905 РОКУ, буд. 19, м. КРЕМЕНЧУК, ПОЛТАВСЬКА обл., 39605	767684	
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку "✓" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на 31 грудня 2018 р.

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	32 289	33 447
первісна вартість	1001	39 420	44 321
накопичена амортизація	1002	7 131	10 874
Незавершені капітальні інвестиції	1005	130 997	79 727
Основи засоби	1010	1 193 249	1 275 151
первісна вартість	1011	2 199 001	2 451 531
знос	1012	1 005 752	1 176 380
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відотрочені податкові активи	1045	23 607	14 101
Гудвіл	1050	-	-
Відотрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>1 380 142</b>	<b>1 402 426</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	914 633	1 092 585
Виробничі запаси	1101	843 447	1 030 992
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	71 186	61 593
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3 638 149	3 004 251
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	30 483	51 749
з бюджетом	1135	458 023	287 439
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 667	4 444
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 910	43 402
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:	1181	-	-
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

## Продовження Додатку Б

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	2 590	4 764
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>5 049 455</b>	<b>4 488 634</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>6 429 597</b>	<b>5 891 060</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	34 600	34 600
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	3	3
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	8 650	8 650
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 720 614	4 319 580
Неоплачений капітал	1425	( - )	( - )
Вилучений капітал	1430	( - )	( - )
Інші резерви	1435	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>3 763 867</b>	<b>4 362 833</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату двоек-погу	1545	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	1 788 000	495 000
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	547 832	693 818
розрахунками з бюджетом	1620	266 355	314 884
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	883	1 041
розрахунками з оплати праці	1630	4 522	5 132
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	51 295	12 160
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	6 843	6 192
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>2 665 730</b>	<b>1 528 227</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>V. Чиста партія активів, недержавного пенсійного фонду</b>	<b>1800</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>6 429 597</b>	<b>5 891 060</b>

## Звіт про фінансові результати (Ф-2) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2018р.

Підприємство Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна" за ЄДРПОУ \_\_\_\_\_  
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)

КОДИ		
2019	01	01
14372142		

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за Рік 2018 р.

Форма N2 Код за ДКУД 1801003

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	6 515 157	5 524 348
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестрахування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 4 950 423 )	( 4 367 987 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	1 564 734	1 156 361
збиток	2095	( - )	( - )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	69 204	34 931
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	( 137 047 )	( 129 901 )
Витрати на збут	2150	( 540 664 )	( 554 930 )
Інші операційні витрати	2180	( 51 998 )	( 88 459 )
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	904 229	418 002
збиток	2195	( - )	( - )
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	-	-
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	( 168 877 )	( 174 042 )
Витрати від участі в капіталі	2255	( - )	( - )
Інші витрати	2270	( - )	( - )
прибуток (збиток) враховуючи інфляції на монетарні статті	2275	-	-

## Продовження Додатку В

Продовження додатка 2

<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	735 352	243 960
збиток	2295	( - )	( - )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(136 386)	(48 608)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	598 966	195 352
збиток	2355	( - )	( - )

## II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	-	-
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	598 966	195 352

## III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	4 566 225	4 034 479
Витрати на оплату праці	2505	170 012	159 778
Відрахування на соціальні заходи	2510	33 900	29 025
Амортизація	2515	181 446	178 586
Інші операційні витрати	2520	713 948	736 769
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	5 665 531	5 138 637

## IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	3459970041	3459970041
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	3459970041	3459970041
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,17311	0,05646
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,17311	0,05646
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

## Баланс (Форма 1) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2017р.

			КОДИ
		Дата	01.01.2018
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна"	за ЄДРНОУ	14372142
Територія	Полтавська область, Автозаводський р-н	за КОАТУУ	5310436100
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	Виробництво тютюнових виробів	за КВЕД	12.00

Середня кількість працівників: 526

Адреса, телефон: 39605 м.Кременчук, вул.1905 року, 19, +38 (0536) 79-76-00

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Баланс**  
**(Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12.2017 р.  
Форма №1

		Код за ДКУД		1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	35 183	32 289	
первісна вартість	1001	39 276	39 420	
накопичена амортизація	1002	( 4 093 )	( 7 131 )	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	113 951	130 997	
Основні засоби	1010	1 168 607	1 193 249	
первісна вартість	1011	2 038 907	2 199 001	
знос	1012	( 870 300 )	( 1 005 752 )	
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0	
первісна вартість	1016	0	0	
знос	1017	( 0 )	( 0 )	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0	
первісна вартість	1021	0	0	
накопичена амортизація	1022	( 0 )	( 0 )	
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	
Відстрочені податкові активи	1045	38 953	23 607	
Гудвіл	1050	0	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	
Інші необоротні активи	1090	0	0	
Усього за розділом I	1095	1 356 694	1 380 142	

## Продовження Додатку Г

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	936 119	914 633
Виробничі запаси	1101	865 347	843 447
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	70 772	71 186
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2 759 901	3 638 149
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	25 709	30 483
з бюджетом	1135	194 186	458 023
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	2 965	3 667
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	13 130	1 910
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	2 571	2 590
Усього за розділом II	1195	3 934 581	5 049 455
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	5 291 275	6 429 597

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	34 600	34 600
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1 166	0
Додатковий капітал	1410	3	3
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	8 650	8 650
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 524 096	3 720 614
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Видучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	3 568 515	3 763 867

## Продовження Додатку Г

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	985 300	1 788 000
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	493 829	547 832
розрахунками з бюджетом	1620	168 104	266 355
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	818	883
розрахунками з оплати праці	1630	4 095	4 522
одержаними авансами	1635	439	0
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	59 545	51 295
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	10 630	6 843
Усього за розділом III	1695	1 722 760	2 665 730
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	5 291 275	6 429 597

Керівник

Шамплінська Ірина Юріївна

Головний бухгалтер

Мамко Марина Володимирівна



## Звіт про фінансові результати (Ф-2) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2017р.

Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна"	Дата за ЄДРПОУ	КОДИ
			01.01.2018
			14372142

**Звіт про фінансові результати**  
**(Звіт про сукупний дохід)**

за 2017 рік

Форма №2

## I. Фінансові результати

Код за ДКУД			1801003
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 524 348	5 178 522
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премій підписані, валова сума	2011	0	0
Премій, передані у перестрахування	2012	( 0 )	( 0 )
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 4 367 987 )	( 4 445 711 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	1 156 361	732 811
збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	34 931	40 612
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 129 901 )	( 122 411 )
Витрати на збут	2150	( 554 930 )	( 589 749 )
Інші операційні витрати	2180	( 88 459 )	( 47 642 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	418 002	13 621
збиток	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0



## Продовження Додатку Д

Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 174 042 )	( 69 817 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	243 960	0
збиток	2295	( 0 )	( 56 196 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-48 608	8 065
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	195 352	0
збиток	2355	( 0 )	( 48 131 )

## II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	( 0 )	( 0 )
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	195 352	-48 131

## III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	4 034 479	4 164 070
Витрати на оплату праці	2505	159 778	140 528
Відрахування на соціальні заходи	2510	29 025	23 645
Амортизація	2515	178 586	150 315
Інші операційні витрати	2520	736 769	740 180
Разом	2550	5 138 637	5 218 738

## IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	34 599 700 041	34 599 700 041
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	34 599 700 041	34 599 700 041
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,056460	-0,001390

## Баланс (Форма 1) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2016р.

<b>Підприємство</b> <b>Територія</b> <b>Організаційно-правова форма господарювання</b> <b>Вид економічної діяльності</b>	Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна" Полтавська область, Автозаводський р-н Акціонерне товариство Виробництво тютюнових виробів	<b>Дата</b> <b>за ЄДРПОУ</b> <b>за КОАТУУ</b> <b>за КОПФГ</b> <b>за КВЕД</b>	КОДИ
			01.01.2017
			14372142
			5310436100
			230
			12.00

Середня кількість працівників: 563

Адреса, телефон: 39605 м.Кременчук, вул.1905 року, 19, +38 (0536) 79-76-00

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

☐
☒

**Баланс**  
**(Звіт про фінансовий стан)**  
на 31.12.2016 р.  
Форма №1

		Код за ДКУД		1801001
Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	
1	2	3	4	
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи	1000	38 199	35 183	
первісна вартість	1001	39 276	39 276	
накопичена амортизація	1002	( 1 077 )	( 4 093 )	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	95 725	113 951	
Основні засоби	1010	974 522	1 168 607	
первісна вартість	1011	1 753 765	2 038 907	
знос	1012	( 779 243 )	( 870 300 )	
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0	
первісна вартість	1016	0	0	
знос	1017	( 0 )	( 0 )	
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0	
первісна вартість	1021	0	0	
накопичена амортизація	1022	( 0 )	( 0 )	
Довгострокові фінансові інвестиції:				
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	
Відстрочені податкові активи	1045	30 888	38 953	
Гудвіл	1050	0	0	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	
Інші необоротні активи	1090	0	0	
Усього за розділом I	1095	1 139 334	1 356 694	

## Продовження Додатку Е

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1 043 553	936 119
Виробничі запаси	1101	987 423	865 347
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	56 130	70 772
Товари	1104	0	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 783 429	2 759 901
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	26 202	25 709
з бюджетом	1135	111 051	194 186
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 837	2 965
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	124 754	13 130
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	0	0
Витрати майбутніх періодів	1170	3 402	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	1 324	2 571
Усього за розділом II	1195	3 095 552	3 934 581
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	4 234 886	5 291 275

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	34 600	34 600
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	1 166	1 166
Додатковий капітал	1410	3	3
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	8 650	8 650
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3 572 227	3 524 096
Неоплачений капітал	1425	( 0 )	( 0 )
Вилучений капітал	1430	( 0 )	( 0 )
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	3 616 646	3 568 515

## Продовження Додатку Е

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	985 300
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	443 557	493 829
розрахунками з бюджетом	1620	111 021	168 104
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	1 233	818
розрахунками з оплати праці	1630	3 260	4 095
одержаними авансами	1635	63	439
розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	57 860	59 545
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1 246	10 630
Усього за розділом III	1695	618 240	1 722 760
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	4 234 886	5 291 275

Керівник

Шамплінська Ірина Юріївна

Головний бухгалтер

Мамко Марина Володимирівно

## Звіт про фінансові результати (Ф-2) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2016р.

Підприємство	Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна"	Дата за ЄДРПОУ	КОДИ
			01.01.2017
			14372142

**Звіт про фінансові результати**  
**(Звіт про сукупний дохід)**

за 2016 рік

Форма №2

## I. Фінансові результати

Код за ДКУД 1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 178 522	6 052 527
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	( 0 )	( 0 )
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 4 445 711 )	( 3 914 389 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	( 0 )	( 0 )
<b>Валовий:</b>	2090	732 811	2 138 138
прибуток			
збиток	2095	( 0 )	( 0 )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	40 324	33 916
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	( 122 411 )	( 119 411 )
Витрати на збут	2150	( 589 749 )	( 700 651 )
Інші операційні витрати	2180	( 47 642 )	( 87 603 )
Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>	2190	13 333	1 264 389
прибуток			
збиток	2195	( 0 )	( 0 )
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	288	400



## Продовження Додатку Ж

Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	( 69 817 )	( 38 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	2270	( 0 )	( 0 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	0	1 264 751
збиток	2295	( 56 196 )	( 0 )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	8 065	-203 095
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	0	1 061 656
збиток	2355	( 48 131 )	( 0 )

## II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	( 0 )	( 0 )
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-48 131	1 061 656

## III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	4 164 070	3 704 987
Витрати на оплату праці	2505	140 528	114 081
Відрахування на соціальні заходи	2510	23 645	28 997
Амортизація	2515	150 315	138 682
Інші операційні витрати	2520	740 180	873 580
Разом	2550	5 218 738	4 860 327

## IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	34 599 700 041	34 599 700 041
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	34 599 700 041	34 599 700 041
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-0,001390	0,030680

# Баланс (Форма 1) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2015р.

Додаток 1  
до Національного положення (стандарту)  
бухгалтерського обліку 1 "Затягнене звітності до фінансової звітності"

Підприємство **Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна"**

Територія **ПОЛТАВСЬКА**

Організаційно-правова форма господарювання **Акціонерне товариство**

Вид економічної діяльності **Виробництво теплової енергії**

Середня кількість працівників **559**

Адреса, телефон **вулиця 1905 РОКУ, буд. 19, м. КРЕМЕНЧУК, ПОЛТАВСЬКА обл., 39605**

0536797684

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

КОДИ
5310436100
230
12.00

-
V

Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
на **31 грудня 2015** р.

Форма №1 Код за ДКУД **1801001**

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
<b>I. Необоротні активи</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Нематеріальні активи	1000	-	38 199
первісна вартість	1001	-	39 276
накопичена амортизація	1002	-	1 077
Незавершені капітальні інвестиції	1005	117 350	95 725
Основні засоби	1010	1 003 920	974 522
первісна вартість	1011	1 667 306	1 753 765
знос	1012	663 386	779 243
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
Знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції, які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	1 813	30 888
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>1 123 083</b>	<b>1 139 334</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	622 205	1 043 553
Виробничі запаси	1101	612 356	987 423
Незавершене виробництво	1102	-	-
Готова продукція	1103	9 849	56 130
Товари	1104	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	894 681	1 783 429
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	69 816	26 202
з бюджетом	1135	248 246	111 051
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 417	1 837
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	41 296	124 754
Готівка	1166	-	-
Рахунки в банках	1167	-	-
Витрати майбутніх періодів	1170	-	3 402
Частина перестрахування у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-

Продовження Додатку 3

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	4 453	1 324
Усього за розділом II	1195	1 882 114	3 095 552
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	3 005 197	4 234 886

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	34 600	34 600
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	1 166	1 166
Додатковий капітал	1410	3	3
Емісійний дохід	1411	-	-
Накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	8 650	8 650
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	2 510 571	3 572 227
Неоплачений капітал	1425	( - )	( - )
Вилучений капітал	1430	( - )	( - )
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	2 554 990	3 616 646
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	356 809	443 557
розрахунками з бюджетом	1620	76 182	111 021
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	530	1 233
розрахунками з оплати праці	1630	1 834	3 260
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	38	63
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	13 409	57 860
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 405	1 246
Усього за розділом III	1695	450 207	618 240
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	1700	-	-
<b>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</b>	1800	-	-
Баланс	1900	3 005 197	4 234 886

ЕЦП КО.ЗІР  
Т 44



## Звіт про фінансові результати (Ф-2) ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» за 2015р.

Підприємство Публічне акціонерне товариство "Джей Ті Інтернешнл Україна" за ЄДРПОУ 14372142  
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)

КОДИ		
2015	12	31
14372142		

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за Рік 2015 р.Форма N2 Код за ДКУД 1801003

## I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	6 052 527	3 916 428
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестраховування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 3 914 389 )	( 2 307 279 )
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
<b>Валовий:</b>			
прибуток	2090	2 138 138	1 609 149
збиток	2095	( - )	( - )
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	33 916	4 938
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	( 119 411 )	( 93 717 )
Витрати на збут	2150	( 700 651 )	( 485 631 )
Інші операційні витрати	2180	( 87 603 )	( 105 189 )
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>			
прибуток	2190	1 264 389	929 550
збиток	2195	( - )	( - )
Доход від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	400	52
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	( 38 )	( 18 112 )
Втрати від участі в капіталі	2255	( - )	( - )
Інші витрати	2270	( - )	( - )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження Додатку К

<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>			
прибуток	2290	1 264 751	911 490
збиток	2295	( - )	( - )
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(203 095)	(207 596)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
<b>Чистий фінансовий результат:</b>			
прибуток	2350	1 061 656	703 894
збиток	2355	( - )	( - )

**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
<b>Інший сукупний дохід до оподаткування</b>	<b>2450</b>	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
<b>Інший сукупний дохід після оподаткування</b>	<b>2460</b>	-	-
<b>Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>1 061 656</b>	<b>703 894</b>

**III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ**

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3 704 987	2 073 710
Витрати на оплату праці	2505	114 081	92 287
Відрахування на соціальні заходи	2510	28 997	27 340
Амортизація	2515	138 682	137 172
Інші операційні витрати	2520	873 580	652 234
<b>Разом</b>	<b>2550</b>	<b>4 860 327</b>	<b>2 982 743</b>

**IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ**

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	34599700041	34599700041
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	34599700041	34599700041
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,03068	0,02034
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0,03068	0,02034
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

ЕЦП КОДИ

### **Розрахунок основних фінансових показників підприємства.**

Коефіцієнт зносу основних засобів розраховується за формулою:

$$K_z = \frac{\text{Знос}}{\text{Первинна вартість основних засобів}}$$

$$K_z (2018) = 1176380 / 2451531 = 0,48$$

$$K_z (2017) = 1005752 / 2199001 = 0,46$$

$$K_z (2016) = 870300 / 2038907 = 0,43$$

$$K_z (2015) = 779243 / 1753765 = 0,44$$

Коефіцієнт відновлення основних засобів розраховується за формулою:

$$K_{\text{відн}} = \frac{\text{Балансова вартість придбаних основних засобів}}{\text{Балансова вартість основних засобів на кінець періоду}}$$

$$K_{\text{відн}} (2018) = (2451531 - 2199001) / 1275151 = 0,20$$

$$K_{\text{відн}} (2017) = (2199001 - 2038907) / 1193249 = 0,13$$

$$K_{\text{відн}} (2016) = (2038907 - 1753765) / 1168607 = 0,24$$

$$K_{\text{відн}} (2015) = (1753765 - 1667306) / 974522 = 0,09$$

Коефіцієнт покриття:

$$K_{\text{покр.}} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$$

$$K_{\text{покр}} = \text{Розділ II Актив балансу} / \text{Розділ III Пасив балансу}$$

$$K_{\text{покр}} (2018) = 4488634 / 1528227 = 2,9$$

$$K_{\text{покр}} (2017) = 5049455 / 2665730 = 1,9$$

$$K_{\text{покр}} (2016) = 3934581 / 1722760 = 2,3$$

$$K_{\text{покр}} (2015) = 3095552 / 618240 = 5,0$$

Коефіцієнт швидкої ліквідності:

$$K_{\text{шв л}} = \frac{\text{Оборотні активи} - \text{виробничі запаси} - \text{незавершене виробництво} - \text{товари}}{\text{Поточні зобов'язання}}$$

$$K_{\text{шв.л}} (2018) = (4488634 - 1030992 - 0) / 1528227 = 2,3$$

$$K_{\text{шв.л}} (2017) = (5049455 - 843447 - 0) / 2665730 = 1,6$$

$$K_{\text{шв.л}} (2016) = (3934581 - 865347 - 0) / 1722760 = 1,8$$

$$K_{\text{шв.л}} (2015) = (3095552 - 987423 - 0) / 618240 = 3,4$$

Продовження Додатку Л

Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$K_{a.l.} = \frac{\text{Грошові кошти}}{\text{Поточні зобов'язання}}$$

$$K_{a.l.} (2018) = 43402 / 1528227 = 0,028$$

$$K_{a.l.} (2017) = 1910 / 2665730 = 0,0007$$

$$K_{a.l.} (2016) = 13130 / 1722760 = 0,008$$

$$K_{a.l.} (2015) = 124754 / 618240 = 0,202$$

Чистий оборотний капітал:

$$K_{ч.об.к.} (2018) = 4488634 - 1528227 = 2960407$$

$$K_{ч.об.к.} (2017) = 5049455 - 2665730 = 1383725$$

$$K_{ч.об.к.} (2016) = 3934581 - 1722760 = 2211821$$

$$K_{ч.об.к.} (2015) = 3095552 - 618240 = 2477312$$

Коефіцієнт фінансової незалежності:

$$K_{авт} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Майно п-ва}}$$

$K_{авт}$  = Баланс Ф1, Розділ І Пасив / Валюта баланса

$$K_{авт} (2018) = 4362833 / 5891060 = 0,74$$

$$K_{авт} (2017) = 3763867 / 6429597 = 0,59$$

$$K_{авт} (2016) = 3568515 / 5291275 = 0,67$$

$$K_{авт} (2015) = 3616646 / 4234886 = 0,85$$

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами:

$$K_{з.о.з.} = \frac{\text{оборотні активи} - \text{поточні зобов'язання}}{\text{поточні зобов'язання}}$$

$$K_{з.о.з.} (2018) = (4488634 - 1528227) / 1528227 = 1,94$$

$$K_{з.о.з.} (2017) = (5049455 - 2665730) / 2665730 = 0,89$$

$$K_{з.о.з.} (2016) = (3934581 - 1722760) / 1722760 = 1,28$$

$$K_{з.о.з.} (2015) = (3095552 - 618240) / 618240 = 4,01$$

Коефіцієнт маневреності власного капіталу:

$$K_{ман.вл.к.} = \frac{\text{Власні оборотні кошти}}{\text{Власний капітал}}$$

Продовження Додатку Л

$$K_{\text{ман.вл.к.}}(2018) = 4488634 / 4362833 = 1,03$$

$$K_{\text{ман.вл.к.}}(2017) = 5049455 / 3763867 = 1,34$$

$$K_{\text{ман.вл.к.}}(2016) = 3934581 / 3568515 = 1,10$$

$$K_{\text{ман.вл.к.}}(2015) = 3095552 / 3616646 = 0,86$$

Коефіцієнт оборотності активів:

$$K_{\text{об акт.}} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Підсумок балансу}}$$

$$K_{\text{обор.акт.}}(2018) = 6515157 / 5891060 = 1,11$$

$$K_{\text{обор.акт.}}(2017) = 5524348 / 6429597 = 0,86$$

$$K_{\text{обор.акт.}}(2016) = 5178522 / 5291275 = 0,98$$

$$K_{\text{обор.акт.}}(2015) = 6052527 / 4234886 = 0,80$$

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості:

$$K_{\text{об кр заб}} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Кредиторська заборгованість}}$$

$$K_{\text{об.кр.заб.}}(2018) = 6515157 / 1528227 = 4,26$$

$$K_{\text{об.кр.заб.}}(2017) = 5524348 / 2665730 = 2,07$$

$$K_{\text{об.кр.заб.}}(2016) = 5178522 / 1722760 = 3,01$$

$$K_{\text{об.кр.заб.}}(2015) = 6052527 / 618240 = 9,79$$

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості:

$$K_{\text{об дб заб}} = \frac{\text{чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Дебіторська заборгованість}}$$

$$K_{\text{об дб заб}}(2018) = 6515157 / 3396049 = 1,92$$

$$K_{\text{об дб заб}}(2017) = 5524348 / 4130322 = 1,34$$

$$K_{\text{об дб заб}}(2016) = 5178522 / 2982761 = 1,74$$

$$K_{\text{об дб заб}}(2015) = 6052527 / 1922519 = 3,15$$

Фондовіддача:

$$K_{\text{ф}} = \frac{\text{чиста виручка від реалізації}}{\text{середньорічна вартість основних засобів}}$$

$$K_{\text{ф}}(2018) = 6515157 / 1234200 = 5,28$$

$$K_{\text{ф}}(2017) = 5524348 / 1180928 = 4,68$$

Продовження Додатку Л

$$K_{\phi} (2016) = 5178522 / 1071565 = 4,83$$

$$K_{\phi} (2015) = 6052527 / 989221 = 6,12$$

Коефіцієнт оборотності власного капіталу:

$$K_{об.вл.к.} = \frac{\text{чиста виручка від реалізації}}{\text{середньорічний розмір власного капіталу}}$$

$$K_{об.вл.к.} (2018) = 6515157 / 4063350 = 1,60$$

$$K_{об.вл.к.} (2017) = 5524348 / 3666191 = 1,51$$

$$K_{об.вл.к.} (2016) = 5178522 / 3592581 = 1,44$$

$$K_{об.вл.к.} (2015) = 6052527 / 3085818 = 1,96$$

Рентабельність активів:

$$K_{рент. акт.} = \frac{\text{Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування}}{\text{Середньорічна величина активів}}$$

$$K_{рент. акт.} (2018) = 735352 / 6160328,5 = 0,12$$

$$K_{рент. акт.} (2017) = 243960 / 5860436 = 0,04$$

$$K_{рент. акт.} (2016) = - 56196 / 4763080,5 = - 0,01$$

$$K_{рент. акт.} (2015) = 1264751 / 3620041,5 = 0,35$$

Рентабельність власного капіталу (фінансова рентабельність):

$$K_{рент. влас. кап.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічний власний капітал}}$$

$$K_{рент. влас. кап.} (2018) = 598966 / 4063350 = 0,15$$

$$K_{рент. влас. кап.} (2017) = 195352 / 3666191 = 0,05$$

$$K_{рент. влас. кап.} (2016) = (-48131) / 3592580,5 = - 0,01$$

$$K_{рент. влас. кап.} (2015) = 1061656 / 3085818 = 0,34$$

Рентабельність діяльності розраховується за формулою:

$$K_{рент. діял.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чиста виручка від реалізації}}$$

$$K_{рент. діял.} (2018) = 598966 / 6515157 = 0,09$$

$$K_{рент. діял.} (2017) = 195352 / 5524348 = 0,04$$

$$K_{рент. діял.} (2016) = (-48131) / 5178522 = - 0,01$$

$$K_{рент. діял.} (2015) = 1061656 / 6052527 = 0,1$$

Продовження Додатку Л

Рентабельність продукції:

$$K \text{ рент. прод.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Собівартість продукції}}$$

$$K \text{ рент. прод. (2018)} = 598966 / 4950423 = 0,12$$

$$K \text{ рент. прод. (2017)} = 195352 / 4367987 = 0,05$$

$$K \text{ рент. прод. (2016)} = (-48131) / 4445711 = - 0,01$$

$$K \text{ рент. прод. (2015)} = 1061656 / 3914389 = 0,27$$